



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

---

Fecha: 16 de mayo de 2024



## ÍNDICE

### ACTORES POLÍTICOS

### FIGURAS

<b>RESUMEN DEL PERIODO, 5 AL 11 DE MAYO.....</b>	<b>1</b>
CRITERIOS METODOLÓGICOS UTILIZADOS.....	2
1.1 Criterios generales aplicados al análisis cuantitativo.....	3
1.2 Criterios generales aplicados al análisis cualitativo.....	3
1.3 Criterios aplicados al análisis cualitativo desde la perspectiva de género y el respeto a los derechos humanos.....	5
<b>2. CONTEXTO ELECTORAL SEMANAL.....</b>	<b>6</b>
<b>3. RESULTADOS DEL MONITOREO DE LAS CAMPAÑAS A LA GUBERNATURA ESTATAL, PRESIDENCIAS MUNICIPALES Y DIPUTACIONES LOCALES.....</b>	<b>10</b>
3.1 Análisis cuantitativo de las candidaturas a la gubernatura.....	10
3.1.1 Análisis de radio y televisión.....	10
3.1.1.1 Menciones totales de las personas candidatas.....	10
3.1.1.2 Serie de cobertura de género.....	11
3.1.1.3 Valoración.....	13
3.1.1.4 Menciones por partido político o coalición.....	14
3.1.1.5 Momento de transmisión.....	15
3.1.2 Análisis de prensa digital.....	17
3.1.2.2 Cobertura de género y lenguaje incluyente.....	17
3.1.2.4 Menciones por partido político o coalición.....	23
3.1.3 Análisis de prensa impresa.....	25
3.1.3.1 Notas totales.....	25



3.1.3.2 Menciones de partidos políticos o coaliciones.....	27
3.1.3.2 Cobertura por género y lenguaje incluyente.....	28
3.1.3.3 Valoración.....	32
3.2 Análisis cuantitativo de las candidaturas a presidencias municipales.....	33
3.2.1 Análisis de radio y televisión.....	33
3.2.1.1 Menciones totales en programas de las personas candidatas.....	33
3.2.1.2 Menciones por partido político o coalición.....	34
3.2.1.3 Valoración.....	36
3.2.1.4 Tiempo de emisión.....	37
3.2.2 Análisis cuantitativo de prensa digital.....	38
3.2.2.1 Notas totales en portales digitales.....	38
3.2.2.2 Menciones por partido político o coalición.....	41
3.2.2.3 Valoración de las piezas informativas.....	42
3.2.3 Análisis de prensa impresa.....	43
3.2.3.1 Área de texto en prensa impresa.....	43
3.2.3.2 Lenguaje incluyente.....	44
3.2.3.3 Menciones por partido político o coalición.....	45
3.2.3.4 Valoración de prensa impresa.....	47
3.3 Análisis cuantitativo de las candidaturas a diputaciones locales.....	48
3.3.1 Análisis de radio y televisión.....	48
3.3.1.1 Menciones totales.....	48
3.3.1.2 Menciones por partido político o coalición.....	49
3.3.1.3 Valoración.....	51
3.3.1.4 Tiempo de emisión.....	52
3.3.2 Análisis de prensa digital.....	54



3.3.2.1 Notas totales en portales digitales.....	54
3.3.2.2 Lenguaje incluyente.....	55
3.3.2.3 Menciones por partido político o coalición.....	57
3.3.2.4 Valoración.....	58
3.3.3 Análisis de prensa impresa.....	59
3.3.3.1 Notas totales.....	59
3.3.3.2 Lenguaje incluyente.....	61
3.3.3.3 Menciones por partido político o coalición.....	62
3.3.3.4 Valoración de prensa impresa.....	64
3.4 Propuestas de campaña de las personas candidatas a la gubernatura....	66
A continuación se presenta un resumen de las propuestas y temas abordados por las personas candidatas a la gubernatura. En el periodo se sumaron algunos temas que no habían sido abordados con anterioridad, mientras que, en otros casos, se repiten algunas de las propuestas, especialmente las emblemáticas.....	
3.5 Propuestas de campaña de las personas candidatas a presidencias municipales.....	74
3.5.1 Propuestas MC.....	74
3.5.1.1 Guadalajara.....	74
3.5.1.2 Zapopan.....	75
3.5.1.3 Tlaquepaque.....	76
3.5.1.4 Lagos de Moreno.....	76
3.5.2 Propuestas FYCXJ.....	77
3.5.2.1 Guadalajara.....	77
3.5.2.2 Zapopan.....	78
3.5.2.4 Lagos de Moreno.....	79



3.5.3 Propuestas SHHJ.....	79
3.5.3.1 Guadalajara.....	79
3.5.3.2 Zapopan.....	80
3.5.3.3 Tonalá.....	81
3.5.3.4 Puerto Vallarta.....	81
3.5.3.5 Lagos de Moreno.....	82
3.6 Incidencias.....	82
3.6.1 Reacciones alrededor del debate entre personas candidatas a la gubernatura.....	82
<b>4. PERSPECTIVA DE GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS.....</b>	<b>87</b>
4.1 Observaciones en visibilidad de género.....	87
4.1.1 En la contienda para la gubernatura del estado de Jalisco.....	88
4.1.2 En la contienda para presidencias municipales.....	88
4.1.3 En la contienda para diputaciones locales.....	89
4.2 Observaciones uso de lenguaje incluyente y no sexista.....	90
4.2.1 En la contienda para la gubernatura del estado de Jalisco.....	90
4.2.2 En la contienda para presidencias municipales.....	91
4.2.3 En la contienda para diputaciones locales.....	91
4.3 Observaciones sobre la representación y percepción de capacidades de las candidaturas.....	92
4.3.1 En la contienda para la gubernatura del estado de Jalisco.....	92
4.3.2 En la contienda para presidencias municipales.....	93
4.3.3 En la contienda para diputaciones locales.....	93
4.4 Observaciones en alusión a grupos en condiciones de vulnerabilidad.....	94
4.4.1 En la contienda para la gubernatura del estado de Jalisco.....	94



4.4.2 En la contienda para presidencias municipales.....	95
4.4.3 En la contienda para diputaciones locales.....	97
4.5 Observaciones en discriminación y violencia política contra las mujeres en razón de género.....	97
4.5.1 En la contienda para la gubernatura del estado de Jalisco.....	98
4.5.2 En la contienda para presidencias municipales.....	98
4.5.3 En la contienda para diputaciones locales.....	99
<b>5. ANEXOS.....</b>	<b>99</b>
5.1 Catálogo de medios monitoreados en este periodo.....	99
5.2 Referencias conceptuales de género y derechos humanos.....	115



## ACTORES POLÍTICOS

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



## FIGURAS Y TABLAS

Figura 1: Criterios metodológicos

Figura 2: Cronología de las principales incidencias del contexto electoral

Figura 3: Menciones totales por fecha de emisión

Figura 4: Menciones totales por género de persona candidata

Figura 5: Porcentajes de cobertura por género de persona candidata

Figura 6: Porcentajes de polaridad por género

Figura 7: Porcentaje de menciones con respecto al total por partido político o coalición

Figura 8: Menciones por personas candidatas respecto al momento de emisión

Figura 9: Total de notas publicadas en portales digitales en la elección para gubernatura

Figura 10: Porcentajes de cobertura en portales digitales de las personas candidatas a la gubernatura

Figura 11: Porcentajes de cobertura por género de las personas candidatas a la gubernatura

Figura 12: Porcentajes de cobertura con perspectiva de género de las candidaturas a gubernatura

Figura 13: Notas totales publicadas en portales digitales con perspectiva de género de las candidaturas a gubernatura

Figura 14: Porcentajes de polaridad por género en candidaturas a gubernatura

Figura 15: Porcentajes de polaridad por candidaturas a gubernatura

Figura 16: Porcentaje de menciones por partido político o coalición respecto al total de notas publicadas en portales digitales





Figura 17: Número de menciones por partido político o coalición respecto al total de notas publicadas en portales digitales

Figura 18: Total de centímetros cuadrados por fecha de imprenta

Figura 19: Porcentaje de área por partido político o coalición

Figura 20: Área total por partido político y coalición

Figura 21: Porcentaje de cobertura por género de personas candidatas

Figura 22: Menciones totales diarias por género de personas candidatas

Figura 23: Menciones totales por género de personas candidatas

Figura 24: Uso de lenguaje incluyente en prensa impresa

Figura 25: Valoración de polaridad en las notas publicadas

Figura 26: Total de menciones en radio y televisión

Figura 27: Porcentaje de menciones con respecto al total por partido político o coalición

Figura 28: Menciones por partido político o coalición

Figura 29: Porcentajes de polaridad por grupo

Figura 30: Menciones por personas candidatas respecto al momento de emisión

Figura 31: Total de notas publicadas en portales digitales en la elección para presidencias municipales

Figura 32: Total de notas publicadas en portales digitales por medio y con perspectiva de género en la elección para presidencias municipales

Figura 33: Porcentaje de menciones totales por partido político o coalición en la elección para presidencias municipales

Figura 34: Menciones por partido político o coalición en candidaturas a presidencias municipales



Figura 35: Porcentajes de polaridad por grupo de interés

Figura 36: Total de centímetros cuadrados por fecha de imprenta

Figura 37: Cobertura de personas candidatas con discapacidad, diversidad sexual, juventudes, residentes en el extranjero y pertenecientes a pueblos originarios

Figura 38: Porcentaje del total de área en prensa impresa

Figura 39: Cobertura de área en las que se mencionan partidos políticos y coaliciones de prensa impresa

Figura 40: Porcentaje de polaridad por grupo poblacional en prensa impresa

Figura 41: Total de menciones en programas de radio y televisión

Figura 42: Porcentaje de menciones con respecto al total por partido político o coalición

Figura 43: Menciones por partido político o coalición

Figura 44: Porcentajes de polaridad por grupo

Figura 45: Menciones por personas candidatas respecto al momento de emisión

Figura 46: Total de notas publicadas en portales digitales en la elección para diputaciones locales

Figura 47: Cobertura con perspectiva de género de las candidaturas a diputaciones locales

Figura 48: Porcentaje de menciones totales por partido político o coalición de diputaciones locales

Figura 49: Notas en las que se mencionan partido políticos o coaliciones

Figura 50: Porcentajes de polaridad por grupo poblacional

Figura 51: Total de centímetros cuadrados por fecha de imprenta



Figura 52: Cobertura de personas candidatas con discapacidad, diversidad sexual, juventudes, residentes en el extranjero y pertenecientes a pueblos originarios

Figura 53: Cobertura con lenguaje incluyente de las candidaturas a diputaciones locales

Figura 54: Porcentaje de menciones a partidos políticos y coaliciones en prensa impresa

Figura 55: Cobertura de área en las que se mencionan partidos políticos y coaliciones de prensa impresa

Figura 56: Porcentaje de polaridad por grupo poblacional de prensa impresa

Figura 57: “Ahí quedó...”, cartón de Qucho, publicado por El Informador



## RESUMEN DEL PERIODO, 5 AL 11 DE MAYO

En la semana del 5 al 11 de mayo, distintos medios locales han dado seguimiento a las propuestas de las candidaturas a la gubernatura de Jalisco. En ese sentido, Pablo Lemus (MC), destacó por su compromiso de apoyar a las mujeres y la mejora de servicios públicos, como la salud y la movilidad en diversas localidades. Diferentes portales y prensa escrita destacaron cómo Claudia Delgadillo (SHHJ), promovió iniciativas para la educación, la gestión del agua, y el apoyo al turismo y la agricultura, además de prometer mejoras en infraestructura vial y salud. Por su parte, el seguimiento mediático se centró en las propuestas de Laura Haro (FYCXJ) sobre tecnificación del campo, el apoyo a jóvenes y mujeres, y la mejora de los servicios médicos y la infraestructura pública, con un enfoque en el desarrollo comunitario y la cultura de paz.

La cobertura de las candidaturas a presidencia municipal se destacó por recuperar las palabras de cada persona candidata, tanto en emisiones radiofónicas, televisivas como escritas, en algunos casos es clara la intención de pedir el voto del electorado, en otros se observa la narración de anécdotas que justifican la razón de ser de sus propuestas. Los temas de seguridad, infraestructura y las críticas al partido o coalición que está por terminar el periodo, son los ejes constantes desde el inicio de las campañas a municipales. El tema más relevante de este periodo de monitoreo fue la cultura y las estrategias para impulsar en distintos municipios. También, se observó una alta frecuencia en la cobertura de las actividades de campaña de las candidaturas de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG) al partido MC y a la coalición SHHJ, a diferencia de la coalición FYCXJ.

En términos de incidencias, la cobertura estuvo dominada casi en su totalidad por las reacciones y opiniones que sobre el tercer debate de personas candidatas a la gubernatura expresaron diversos grupos de especialistas, quienes coincidieron en que las propuestas fueron escasas y poco concretas, de modo que no queda claro cuán factibles son. Por otro lado, el conflicto entre el candidato Pablo Lemus (MC) y la candidata Laura Haro (FYCXJ), ganó buena parte de la atención mediática no sólo tras

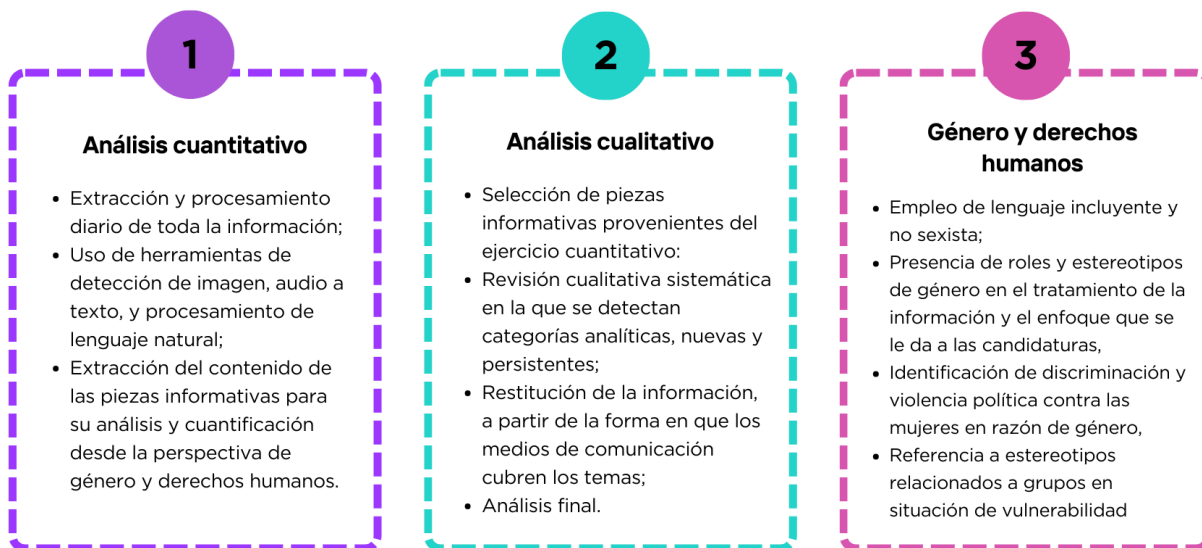


el debate, sino a lo largo de toda la semana. Luego de que Haro (FYCXJ) acusó a Lemus (MC) de cometer violencia política por razones de género al llamarla “hija de Alito”, el tema cobró importancia en diversos medios. El episodio parece haber quedado zanjado al final de la semana, cuando Lemus (MC) se disculpó públicamente con la candidata de la coalición FYCXJ y ésta las aceptó.

## CRITERIOS METODOLÓGICOS UTILIZADOS

En este apartado se incluye la metodología utilizada para el monitoreo mediático de la elección concurrente 2023-2024 de Jalisco.

Figura 1: Criterios metodológicos



Fuente:Elaboración propia.



## **1.1 Criterios generales aplicados al análisis cuantitativo**

Para llevar a cabo el análisis cuantitativo del monitoreo, se emplea un proceso exhaustivo que abarca una amplia gama de fuentes, incluyendo prensa impresa, prensa digital, radio y televisión. En este proceso, se recopilan diariamente datos de todos estos medios, utilizando herramientas de extracción de información y algoritmos avanzados para asegurar una cobertura exhaustiva. Además, se integran los insumos que el Instituto Nacional Electoral (INE) provee, lo que enriquece y complementa la información recopilada. Esta integración permite tener una visión completa y precisa de la cobertura mediática de la elección, permitiendo así un análisis más detallado y significativo.

Una vez recopilada la información, se utiliza una variedad de herramientas de detección de imagen, audio y texto, así como de procesamiento de lenguaje natural, para identificar y clasificar automáticamente las piezas informativas relevantes para el monitoreo. Estas herramientas permiten filtrar el contenido de acuerdo con criterios específicos, como menciones de personas candidatas, partidos políticos o coaliciones, entre otros. Además, se lleva a cabo la extracción del contenido de las piezas informativas para su análisis y cuantificación desde la perspectiva de género y derechos humanos. Esto puede implicar el uso de modelos de reconocimiento de patrones y análisis de sentimientos para identificar y categorizar el tono y el enfoque de las noticias en relación con estos temas clave.

## **1.2 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 personas candidatas 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; de igual forma, cuando las



personas candidatas a cargos de elección federales hacen campaña en Jalisco, se analiza la cobertura de la prensa local, toda vez que se asume que los actores políticos del campo federal influyen el campo político local, que es en última instancia lo que se busca analizar.

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 asimilando a un todo, cuando es apenas una parte del monitoreo.

Después de seleccionar 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 o local; iv) la distinción por tipo de medio de comunicación cuando este es relevante.

El primer criterio, supone codificar y restituir las notas a partir de un conjunto de categorías que permiten trascender el simple conteo de palabras o la especulación sobre el uso de términos e intencionalidades. En cambio, se puede 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 que 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 el monitoreo, el análisis toma en cuenta si la cobertura es diferenciada para candidaturas federales, estatales o locales. 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. De este modo, 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.

### **1.3 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 puedan 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.

La metodología utilizada para la revisión analítica con perspectiva de género y derechos humanos parte de las especificaciones técnicas y metodológicas que proporciona el Instituto Electoral de Participación Ciudadana (IEPC), así como de la revisión conceptual de las principales categorías de género y derechos humanos que se presentan en el “Anexo 5.2 Conceptual Perspectiva de Género y Derechos Humanos”.

Desde lo anterior, se realiza un monitoreo de prensa impresa, portales digitales, radio y televisión del 5 al 11 de mayo de 2024. Derivado del estudio riguroso de las piezas informativas de dichos medios se valora la información a través de las siguientes categorizaciones:

1. Utilización de pronombre de la enunciación,
2. Empleo de lenguaje incluyente y no sexista,





3. Presencia de roles y estereotipos de género en el tratamiento de la información y el enfoque que se le da a las candidaturas,
4. Identificación de violencia política contra las mujeres en razón de género,
5. 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 los indicadores de 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. En razón de las disparidades identificadas en los apartados anteriores.

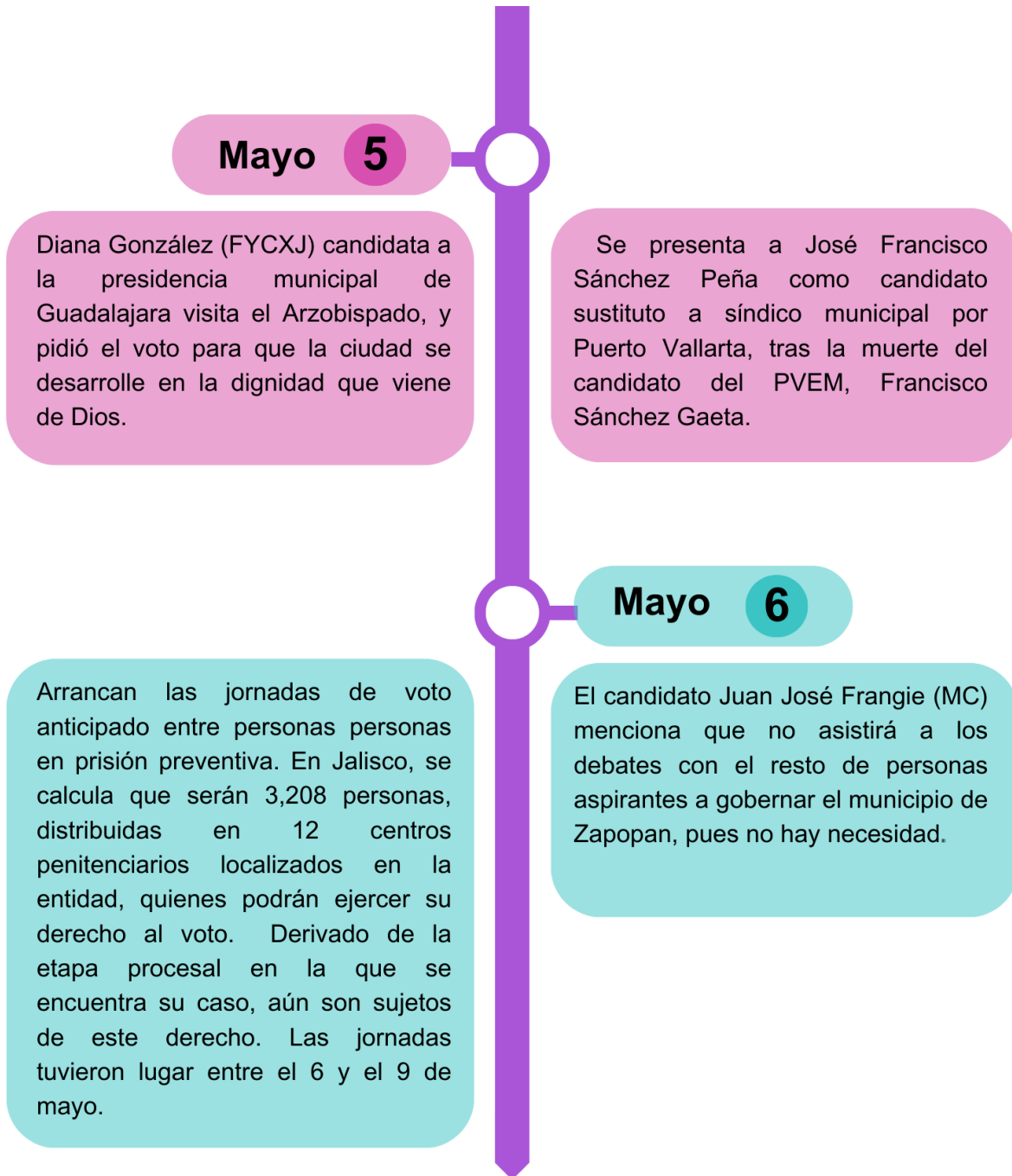
Se citarán únicamente aquellas notas que sean demostrativas de las tendencias encontradas relativas a estas categorías.

## **2. CONTEXTO ELECTORAL SEMANAL**

Durante la semana del 5 al 11 de mayo, ocurrieron algunas incidencias significativas para caracterizar el contexto y ambiente en el ámbito electoral a nivel local. A continuación, se resaltan los acontecimientos más relevantes:



Figura 2: Cronología de las principales incidencias del contexto electoral





## Mayo 7

Tatiana Clouthier visita Zapopan para respaldar al candidato a la presidencia municipal, Pedro Kumamoto (SHHJ) y llama a convencer a una persona por día de votar toda la boleta por la Cuarta Transformación.

El IEPC, a través de la Comisión de Quejas y Denuncias, llama a Juan Sandoval, Arzobispo Emérito de la Diócesis de Guadalajara, a no pronunciarse en términos electorales, después de que una persona aspirante a gobernar Tlaquepaque presentará una queja por los comentarios político-electorales de Sandoval, los cuales podría influir en la intención de los votantes. Esto es relevante, además, porque en 2021 fue un video del Arzobispo emérito llamando a no votar por MORENA lo que desencadenó la anulación y reposición del proceso electoral.

Una encuesta elaborada por Electoralia ubica a Pedro Kumamoto (SHHJ), candidato a la presidencia municipal por Zapopan, con el 43% de la preferencia del electorado, en contraste con 38% de Frangie (MC). La encuesta fue aludida por el propio candidato de la coalición SHHJ en un evento. En términos técnicos, sólo se sabe que se trata de una muestra de 2,500 casos y que las estimaciones tienen un margen de error de +/- 1.6%. Sin embargo, se ignora la población de la que es representativa, el método de aplicación, la fecha del levantamiento, la tasa de rechazo, entre otros aspectos.



## Mayo 8

Firman personas candidatas nuevo pacto por la paz. Convocados por la Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA), las personas candidatas a la gubernatura se comprometieron a generar las acciones de gobierno necesarias para lograr la paz y el desarrollo social “en busca de regresar la libertad, la vida, el progreso y la familia a las diferentes comunidades”. En su participación, cada persona candidata expuso sus propuestas e intenciones para prevenir la violencia y la inseguridad, así como para fortalecer los programas de educación y empleo para jóvenes. En la firma estuvieron representantes del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), El Colegio de Jalisco, la Arquidiócesis de Guadalajara, la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX) Jalisco, y la Cámara de Comercio de Guadalajara.

## Mayo 10

Un amplio conjunto de madres buscadoras, organizadas en colectivas o de manera independiente, salieron a las calles y pidieron a las autoridades que hallen a sus hijas e hijos desaparecidos. Las madres aprovecharon la coyuntura electoral para pedir a las y los aspirantes a puestos de elección popular que no las dejen solas en su búsqueda.



### **3. RESULTADOS DEL MONITOREO DE LAS CAMPAÑAS A LA GUBERNATURA ESTATAL, PRESIDENCIAS MUNICIPALES Y DIPUTACIONES LOCALES**

#### **3.1 Análisis cuantitativo de las candidaturas a la gubernatura**

##### **3.1.1 Análisis de radio y televisión**

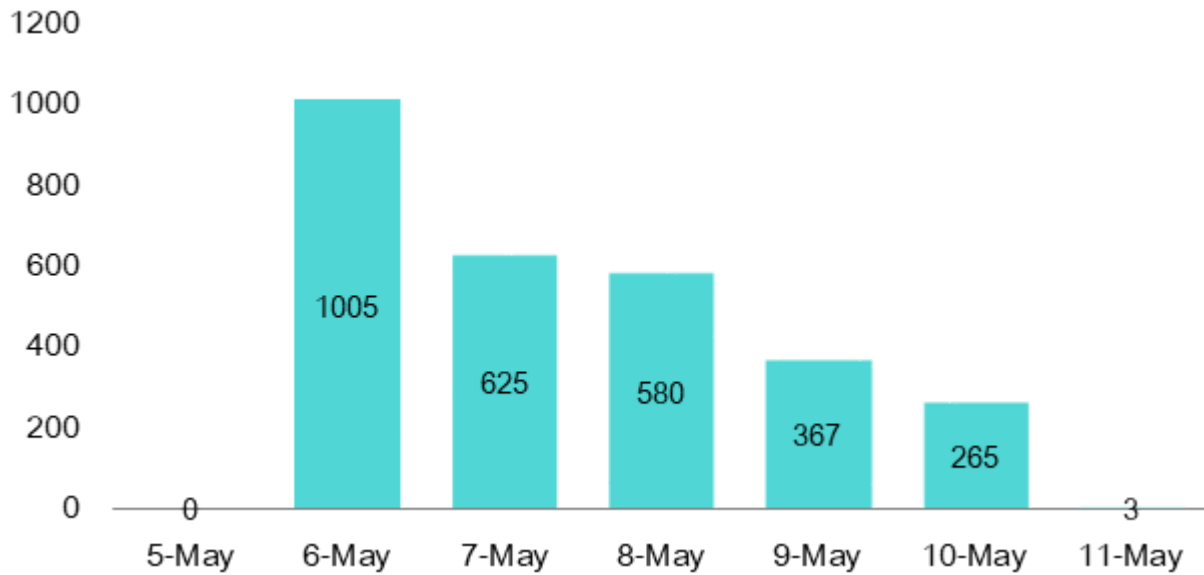
Para el periodo correspondiente del 5 al 11 de mayo de 2024 se analizaron 465 horas de contenido correspondientes a 97 emisiones de radio y televisión contenidos en 476 archivos en formato mp4 o mp3. El resultado es la transcripción y análisis de 185 mil 389 oraciones que se enunciaron en dichos contenidos. 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**

En total, durante los 7 días de análisis hubo 2 mil 845 menciones a alguna de las personas candidatas a la elección para la titularidad del ejecutivo local. La mayor parte de estas menciones se concentra el día 6 de mayo, en el que se presentaron mil 005 menciones a alguna de las personas participantes, seguido del 7 de mayo en el que hubo 625 menciones, el 08 de mayo 580, el 09 de mayo 367 y el 10 de mayo se emplearon 265. El 5 y 11 de mayo, dada la disponibilidad de contenidos y la reducción de la agenda informativa, el número de menciones se redujo a 0 y 3, respectivamente.



Figura 3: Menciones totales por fecha de emisión



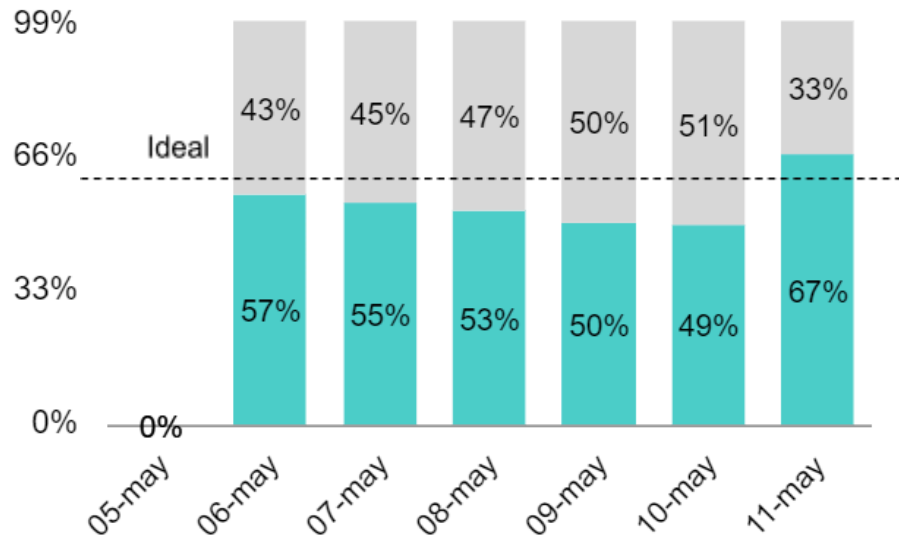
Fuente: Elaboración propia.

### 3.1.1.2 Serie de cobertura de género

La cobertura mediática con respecto al género se encuentra en niveles no deseables en prácticamente todos los días. Con excepción del viernes, se ha reportado más la actividad del candidato hombre que el de las mujeres.



Figura 4: Menciones totales por género de persona candidata

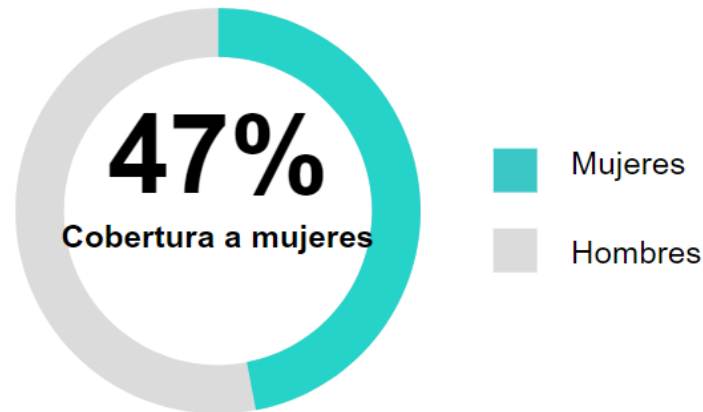


Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la brecha que existe entre hombres y mujeres, esta es de 20% en contra de estas últimas. Es decir, considerando las coberturas esperadas por mera probabilidad, al ser dos candidatas y un candidato, las mujeres reciben menos seguimiento que el candidato hombre.



Figura 5: Porcentajes de cobertura por género de persona candidata



Fuente: Elaboración propia.

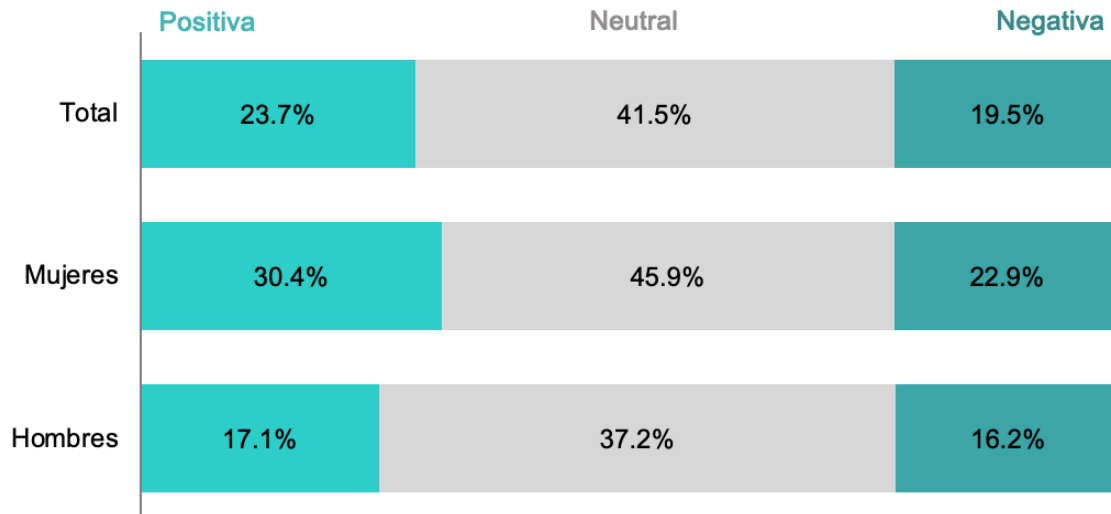
### 3.1.1.3 Valoración

El análisis muestra que Pablo Lemus (MC), el único candidato hombre, enfrenta un porcentaje menor de opiniones negativas en comparación con las candidatas mujeres, registrando un 16.2% frente a un 22.9%. Las opiniones neutras predominan entre las menciones para ambos géneros, con un 37.2% para Pablo Lemus (MC) y un 45.9% para las mujeres, lo que refleja una distribución mayor de las opiniones neutrales entre las candidatas. En cuanto a las opiniones positivas, Pablo Lemus (MC) presenta un porcentaje menor que las mujeres candidatas, con un 17.1% frente a un 30.4%, respectivamente. En general, el total de opiniones positivas alcanza un 23.7%, las neutras un 41.5%, y las negativas un 19.5%.





Figura 6: Porcentajes de polaridad por género



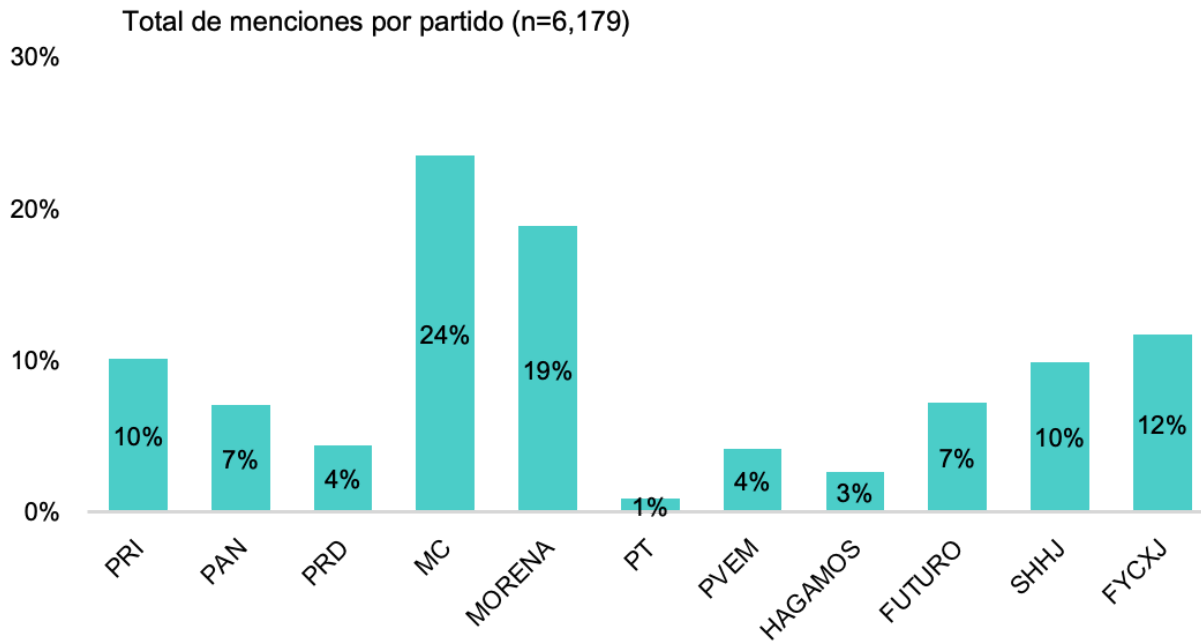
Fuente: Elaboración propia.

### 3.1.1.4 Menciones por partido político o coalición

Respecto a la frecuencia de menciones por partido, MC lidera con un 24% del total, seguido por MORENA con un 19%, mientras que FYCXJ registra un 12%. Por su parte, PRI y SHHJ presentan un 10% de las menciones cada uno; mientras que tanto como el PAN y FUTURO registran un 7% respectivamente. El PVEM y el PRD cuentan con un 4% de las menciones cada uno. Finalmente, los partidos con menos menciones son HAGAMOS y el PT, con un 3% y un 1%, respectivamente.



**Figura 7: Porcentaje de menciones con respecto al total por partido político o coalición**



Nota: Los porcentajes pueden no sumar 100% debido al redondeo de los decimales en el cálculo.

Fuente: Elaboración propia.

### 3.1.1.5 Momento de transmisión

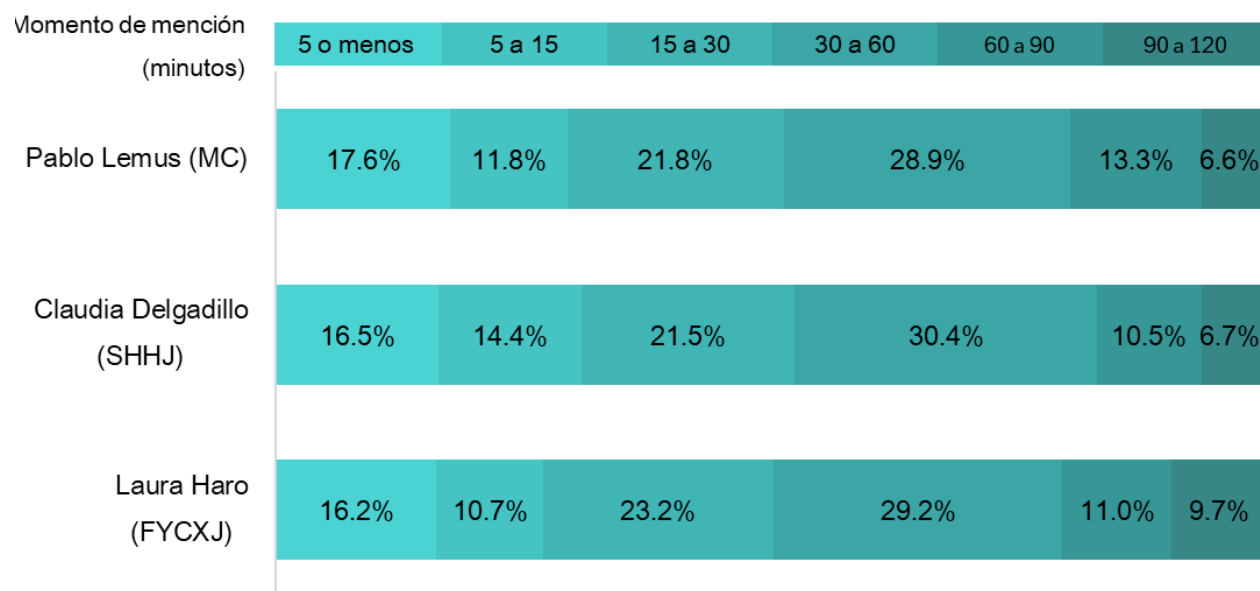
Con el objetivo de identificar cambios en el momento de emisión, se registró el momento del programa en el que se hizo mención a las candidatas y al candidato. En el análisis de los segmentos de tiempo, desde los 5 hasta los 120 minutos, se observa que Claudia Delgadillo (SHHJ) comienza con un 16.5% de menciones en los primeros 5 minutos, continuando con un 14.4% en el rango de 5 a 15 minutos y con un 21.5% en el segmento de 15 a 30 minutos. Mantiene una presencia significativa en el segmento de 30 a 60 minutos, con un 30.4%, y posteriormente disminuye al 10.5% en el segmento de 60 a 90 minutos. En el segmento final, de 90 a 120 minutos, las menciones caen al 6.7%.



Por su parte, Laura Haro (FYCXJ) empieza con un 16.2% de menciones en los primeros 5 minutos, disminuye al 10.7% en el rango de 5 a 15 minutos, y se coloca en un 23.2% en el segmento de 15 a 30 minutos. En el segmento de 30 a 60 minutos, registra un 29.2%, y disminuye al 11.0% en el segmento de 60 a 90 minutos. En el segmento final, sus menciones se sitúan en el 9.7%.

En cuanto a Pablo Lemus (MC), inicia con un 17.6% de menciones en los primeros 5 minutos, disminuye al 11.8% en el segmento de 5 a 15 minutos y alcanza un 21.8% en el de 15 a 30 minutos. Experimenta una presencia fuerte en el segmento de 30 a 60 minutos con un 28.9%, pero luego disminuye al 13.3% en el segmento de 60 a 90 minutos. Finalmente, se observa que mantiene un 6.6% en el segmento de 90 a 120 minutos.

**Figura 8: Menciones por personas candidatas respecto al momento de emisión**



Fuente: Elaboración propia.

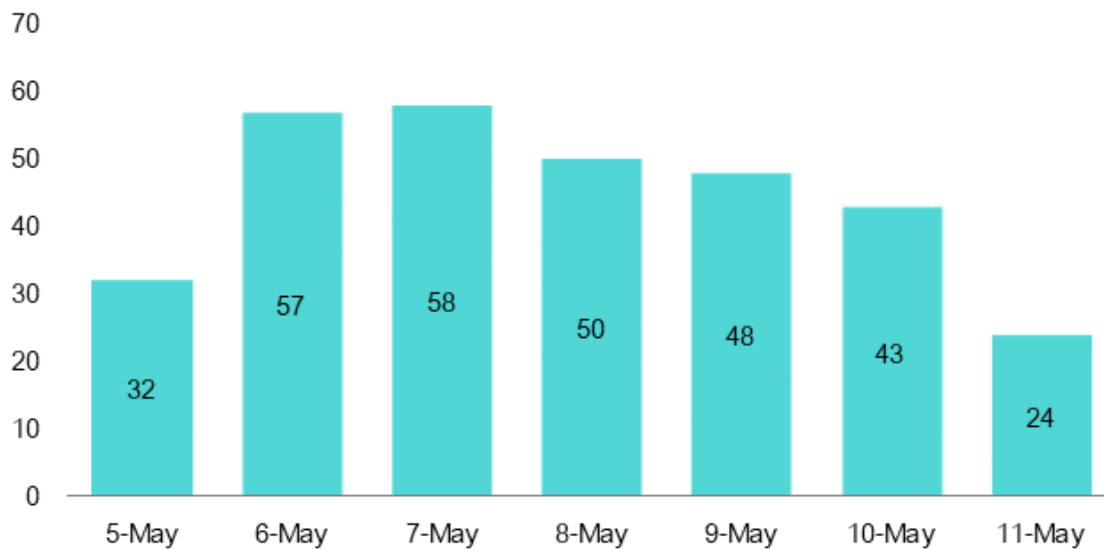


### 3.1.2 Análisis de prensa digital

#### 3.1.2.1 Notas totales en portales digitales

En el periodo de análisis, se publicaron 312 notas en portales digitales en las que se menciona alguna de las personas candidatas a la gubernatura de Jalisco. En promedio, se publicaron 44 noticias por día. El día con mayor actividad fue el martes 7 de mayo, cuando se publicaron 58 notas, mientras que el día de menor actividad fue el sábado 11 de mayo.

**Figura 9: Total de notas publicadas en portales digitales en la elección para gubernatura**



Fuente: Elaboración propia.

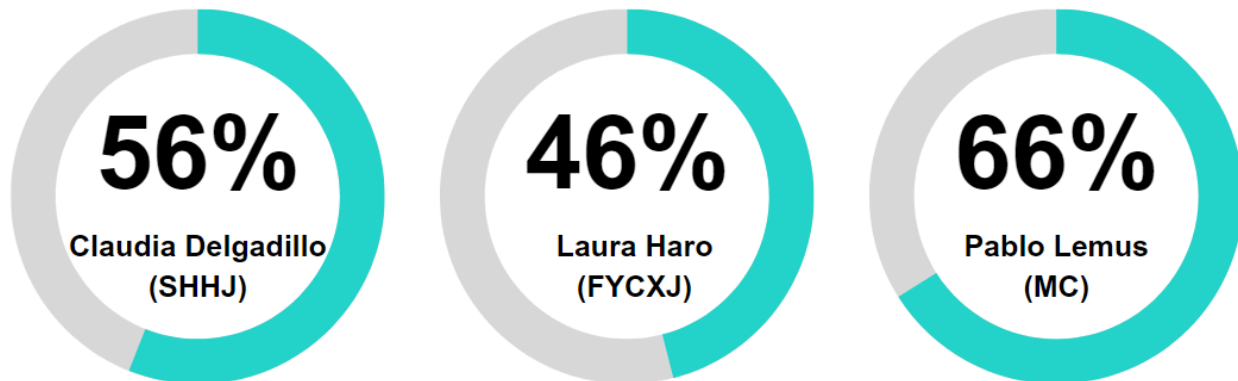
#### 3.1.2.2 Cobertura de género y lenguaje incluyente

Respecto a la cobertura de las candidatas y el candidato, Pablo Lemus (MC) encabezó la cobertura con 66% de menciones en noticias publicadas en portales digitales.



Mientras que Claudia Delgadillo (SHHJ) y Laura Haro (FYCXJ) recibieron menciones en 56% y 46% de las 312 notas, respectivamente.

**Figura 10: Porcentajes de cobertura en portales digitales de las personas candidatas a la gubernatura**



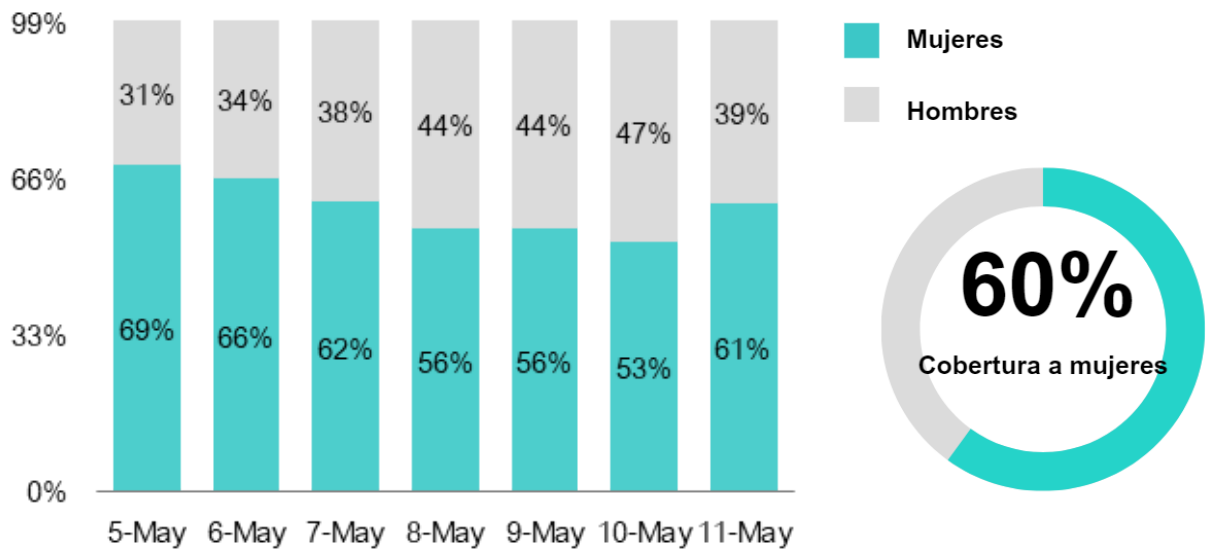
Nota: Los porcentajes no suman 100% dado que se consideran las menciones por candidatura respecto al total de notas publicadas. Dos o más candidaturas pueden mencionarse en la misma nota.

Fuente: Elaboración propia.

La proporción de cobertura mediática que recibió cada género se mantuvo 7 puntos porcentuales por debajo 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). A lo largo de la semana se observó una cobertura del 60% en notas publicadas para las candidatas como se observa en la Figura 8.



**Figura 11: Porcentajes de cobertura por género de las personas candidatas a la gubernatura**

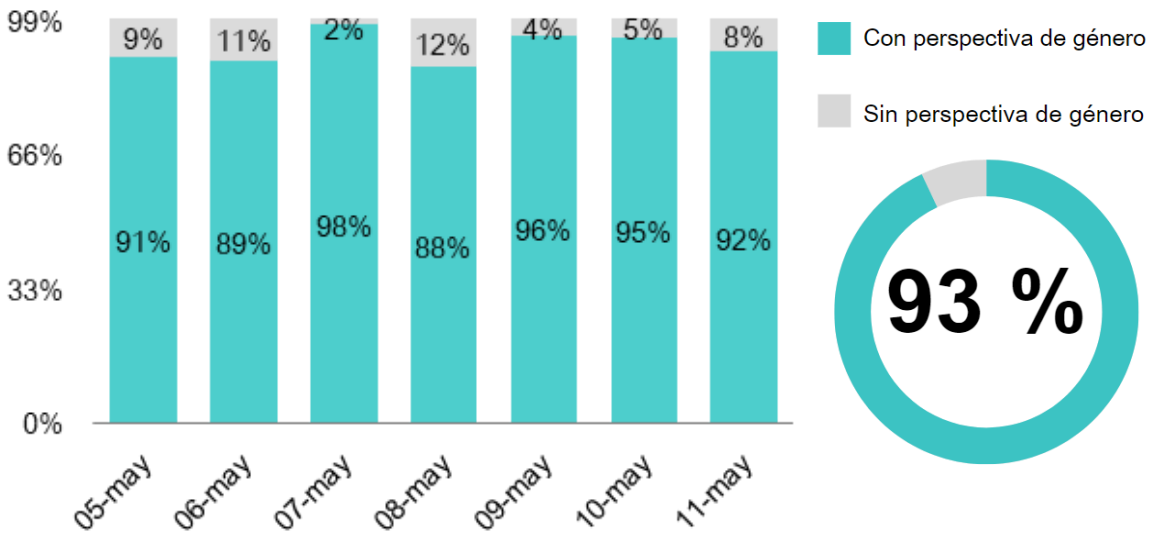


Fuente: Elaboración propia.

Durante este periodo se observó un sostenido uso del lenguaje incluyente respecto a la semana pasada, alcanzando un total del 93% de las notas. De las 312 notas analizadas en portales digitales, solo 21 notas hicieron mención del candidato y las candidatas en conjunto como “los candidatos”.



**Figura 12: Porcentajes de cobertura con perspectiva de género de las candidaturas a gubernatura**

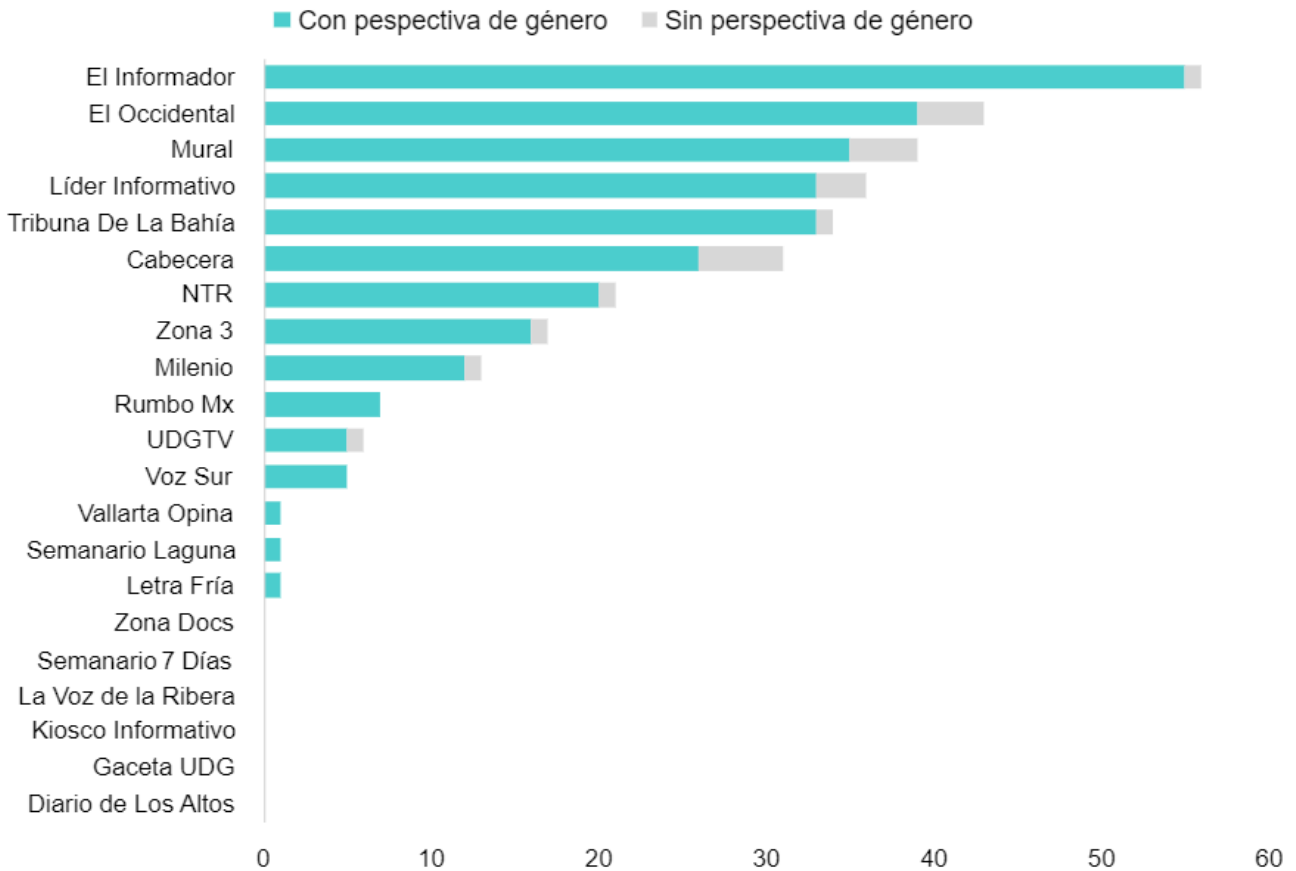


Fuente: Elaboración propia.

En este sentido, no se observó alguna diferencia significativa respecto a la cobertura con perspectiva de género entre los medios monitoreados en los que se publicaron notas. En promedio, por cada 14 artículos publicados, solo 1 carece del uso del lenguaje incluyente adecuado.



**Figura 13: Notas totales publicadas en portales digitales con perspectiva de género de las candidaturas a gubernatura**



Fuente: Elaboración propia.

### 3.1.2.3 Valoración de las piezas informativas

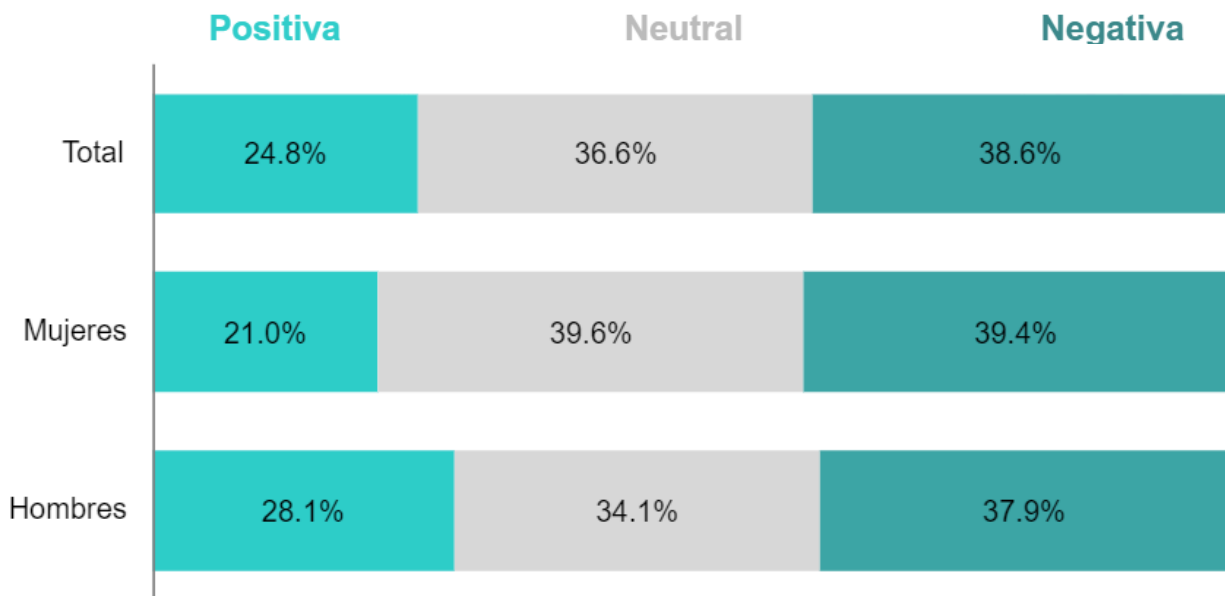
De las 312 notas publicadas en portales digitales, 24.8% tuvieron una valoración positiva, 36.6% una valoración neutral, y 38.6% fueron valorados de forma negativa. Al separar por el género de las personas candidatas, se observa una diferencia en la proporción de menciones valoradas como positivas, siendo que 21% de las notas que mencionan a las mujeres candidatas tuvieron este tipo de valoración en contraste con el 28.1% del candidato. Mientras que la proporción de valoraciones neutras para





menciones mujeres fue de 39.6%, en hombres fue del 34.1%. En lo que respecta a las valoraciones negativas, se tuvo un 37.9% de las menciones al candidato fueron comparado con 39.4% a las candidatas.

**Figura 14: Porcentajes de polaridad por género en candidaturas a gubernatura**



Nota: Los porcentajes pueden no sumar 100% debido al redondeo de los decimales en el cálculo.

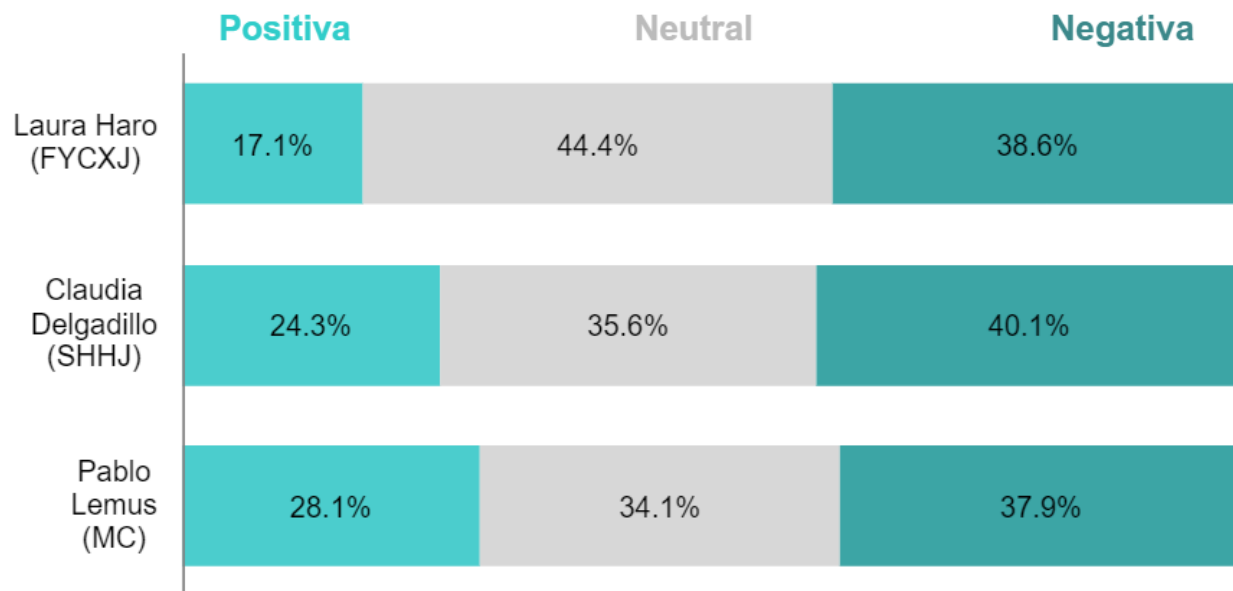
Fuente: Elaboración propia.

Al distinguir por cada una de las personas candidatas, es posible apreciar que 44.4% de las menciones a Laura Haro (FYCXJ) tuvieron una valoración neutra, 17.1% tuvieron una valoración positiva y 38.6% una negativa. Por otro lado, 40.1% de las menciones de la candidata Claudia Delgadillo tuvieron una valoración negativa, 35.6% una neutra y 24.3% una mención positiva. Respecto a las menciones a Pablo Lemus (MC), 28.1% de



estas tuvieron una valoración positiva, 34.1% se valoraron neutralmente y 37.9% tuvieron una valoración negativa.

**Figura 15: Porcentajes de polaridad por candidaturas a gubernatura**



Nota: Los porcentajes pueden no sumar 100% debido al redondeo de los decimales en el cálculo.

Fuente: Elaboración propia.

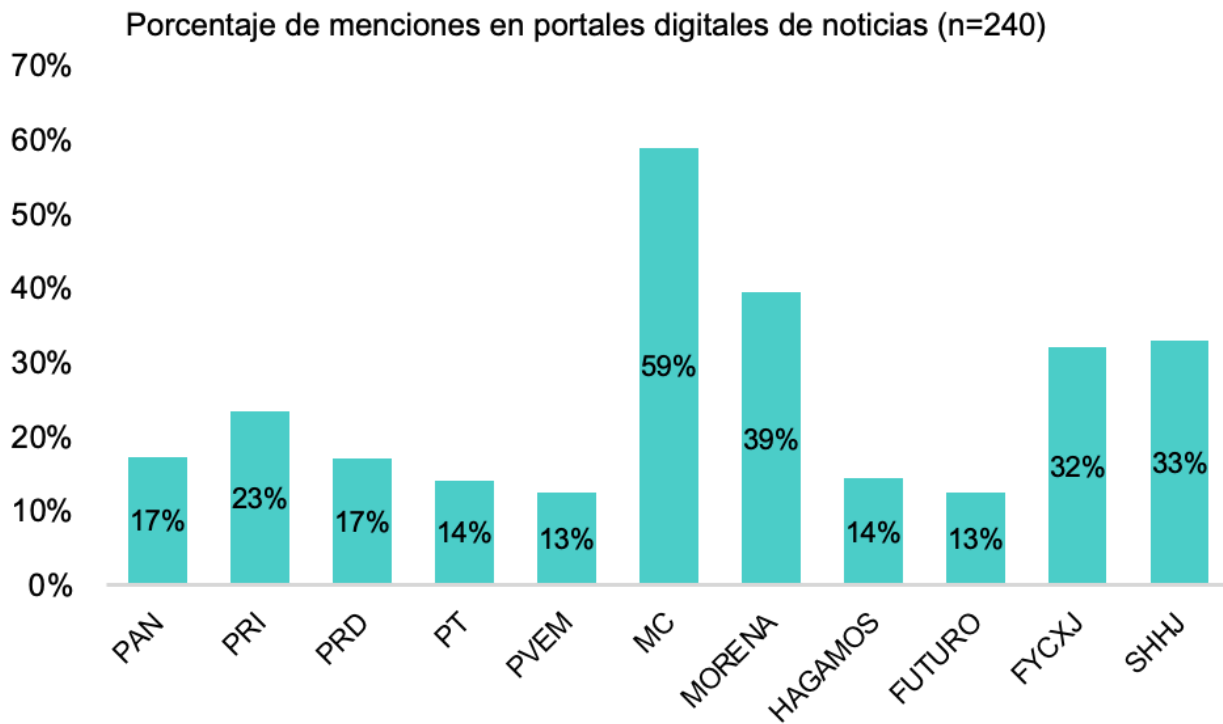
### 3.1.2.4 Menciones por partido político o coalición

En cuanto a la frecuencia de menciones por partido, MC y MORENA encabezaron la cobertura con el 59% y el 39% de las menciones, respectivamente, en las 312 notas. Por otro lado, el PAN, el PRI, el PRD y la coalición FYCXJ fueron mencionados en el 17%, 23%, 17% y 32% de las notas, en ese orden. En cuanto a los partidos PT, PVEM, HAGAMOS y FUTURO, tuvieron una cobertura del 14%, 13%, 14% y 13% respectivamente, mientras que la coalición SHHJ fue mencionada en el 33% de las



notas.

**Figura 16: 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.



Figura 17: Número de menciones por partido político o coalición respecto al total de notas publicadas en portales digitales

	Total	PAN	PRI	PRD	PT	PVEM	MC	MORENA	HAGAMOS	FUTURO	FYCXJ	SHHJ
Cabecera	31	3	4	3	7	8	15	9	7	7	8	13
El Informador	56	10	12	10	8	7	28	25	9	9	10	16
El Occidental	43	7	10	6	9	5	28	24	9	9	13	23
Kiosco Informativo	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
La Voz de la Ribera	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Letra Fría	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Líder Informativo	36	2	2	2	2	4	24	8	2	2	17	14
Milenio	13	2	4	2	1	1	10	6	1	0	5	0
Mural	39	12	16	12	9	8	25	21	9	7	14	12
NTR	21	1	4	2	0	0	14	7	3	0	15	13
Rumbo Mx	7	2	3	2	1	1	4	3	1	1	1	0
Semanario 7 Días	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Semanario Laguna	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Tribuna De La Bahía	34	7	9	7	4	4	20	13	3	4	10	1
UDGTV	6	0	0	0	0	0	3	2	1	0	0	4
Vallarta Opina	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Voz Sur	5	2	3	1	2	0	5	3	0	0	1	1
Zona 3	17	5	5	5	0	0	6	0	0	0	6	6
Zona Docs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gaceta UDG	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Diario de Los Altos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>312</b>	<b>54</b>	<b>73</b>	<b>53</b>	<b>44</b>	<b>39</b>	<b>184</b>	<b>123</b>	<b>45</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>103</b>

Fuente: Elaboración propia.

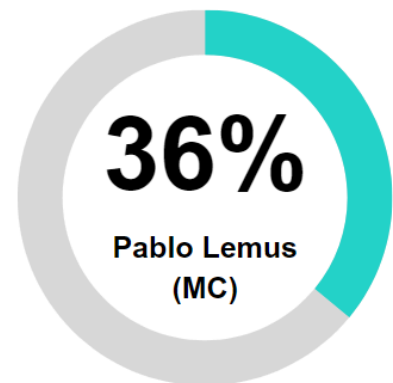
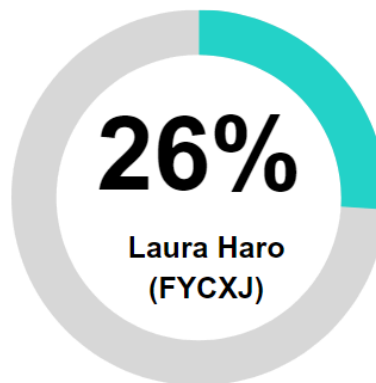
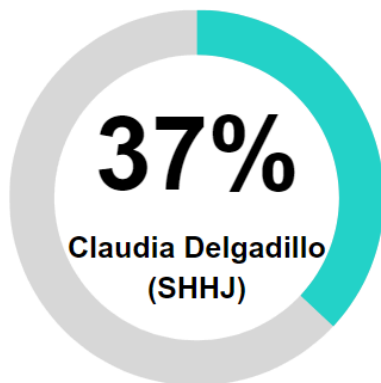
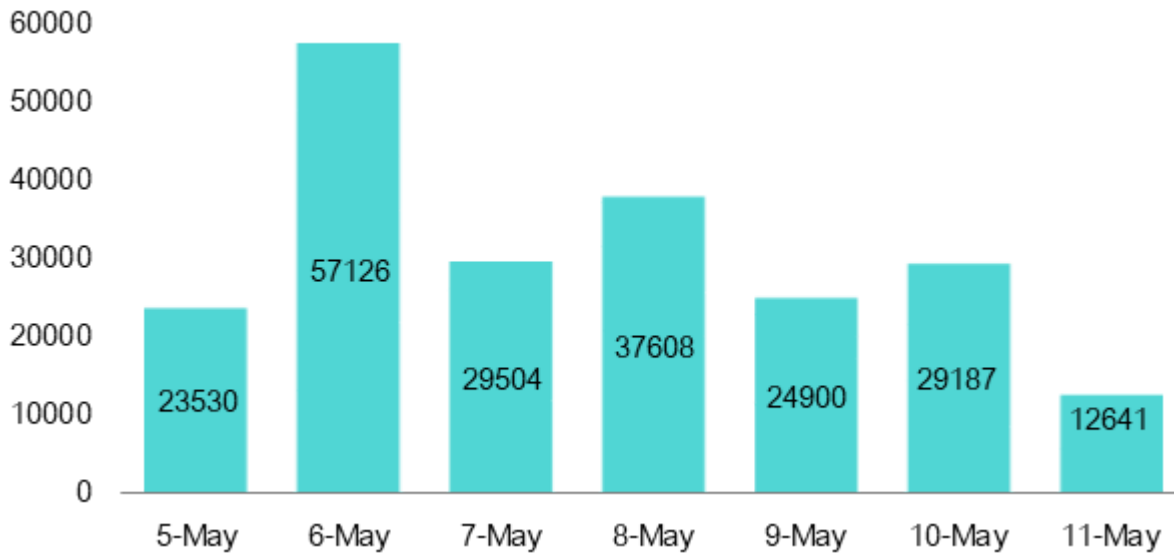
### 3.1.3 Análisis de prensa impresa

#### 3.1.3.1 Notas totales

Para el periodo de monitoreo comprendido entre el 5 al 11 de mayo de 2024, se analizaron 251 notas de 13 periódicos y revistas en formato impreso y digital, las cuales dedicaron un área total de 214 mil centímetros cuadrados para artículos que hablan o mencionan a las candidatas y al candidato a la gubernatura. En promedio, se destinaron 30 mil centímetros cuadrados para la redacción de artículos que hablan o mencionan a las personas candidatas para la gubernatura, teniendo la mayor actividad el día 6 de mayo con 57 mil centímetros cuadrados de prensa impresa. Por otro lado, el 11 de mayo fue el día con la menor cantidad de área con menos de 12 mil centímetros cuadrados. Estas diferencias se deben a la frecuencia en que los diferentes medios publican sus periódicos y revistas.



Figura 18: Total de centímetros cuadrados por fecha de imprenta



Fuente: Elaboración propia.

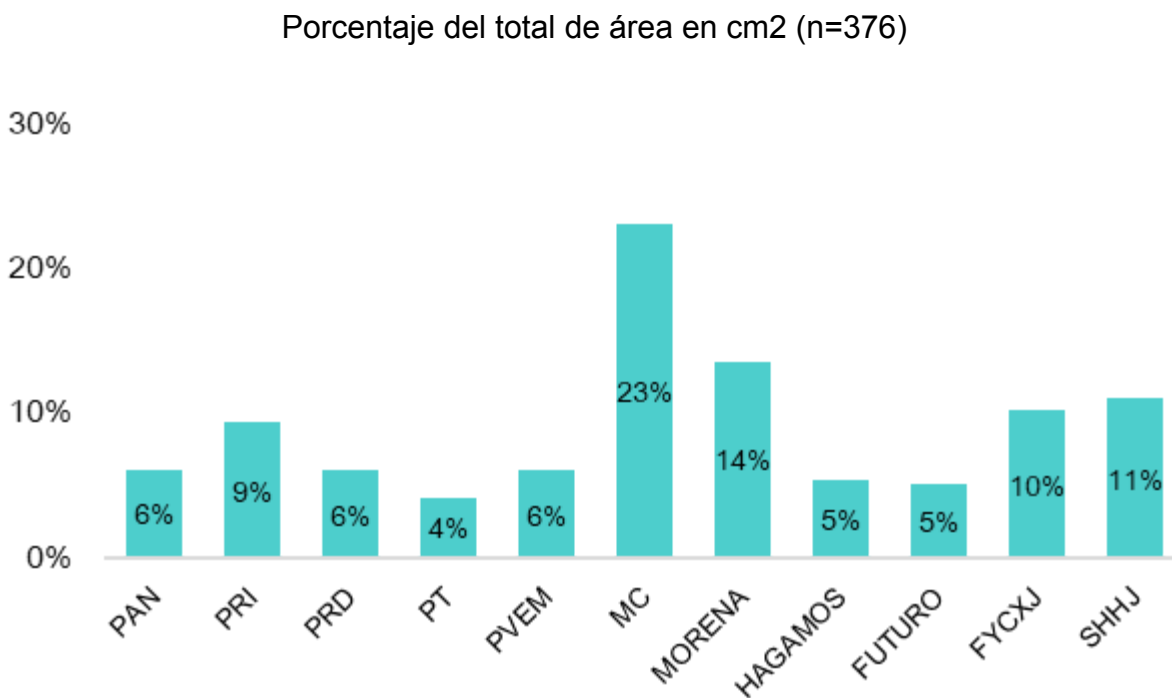
Durante el presente periodo de monitoreo, el porcentaje de área de cobertura destinada a cada persona candidata para gubernatura es el siguiente: Pablo Lemus (MC) y Claudia Delgadillo (SSHJ) tuvieron el mismo porcentaje de cobertura que es 42%, mientras que la candidata Laura Haro (FYCXJ) tuvo un 20% del área total de texto.



### 3.1.3.2 Menciones de partidos políticos o coaliciones

Durante el periodo de monitoreo del 5 al 11 de mayo, los partidos políticos más mencionados fueron MC, con un 23%, y MORENA, con un 14%. El PRI mantuvo un 9% de cobertura, lo que equivale a un total de 376 mil centímetros cuadrados que mencionan algún partido político. El PT tuvo una cobertura del 4% en relación con el total. Por otro lado, los partidos PRD y PVEM recibieron una cobertura del 6% cada uno. En cuanto a los partidos HAGAMOS y FUTURO, ambos alcanzaron una cobertura del 5%. Las coaliciones FYCXJ y SHHJ obtuvieron un 10% y un 11% de cobertura. La siguiente figura muestra el porcentaje de área cubierta que cada partido político tuvo en periódicos impresos y revistas digitales donde se menciona a algún partido político y coaliciones para las futuras elecciones de gubernatura de Jalisco.

**Figura 19: Porcentaje de área por partido político o coalición**



Fuente: Elaboración propia.



Los partidos políticos con mayor cobertura fueron MC y MORENA, con artículos que destinaron un área de texto total de 86 y 50 mil centímetros cuadrados. Las coaliciones FYCXJ y SHHJ recibieron una cobertura de 38 y 41 mil centímetros cuadrados. Los partidos PRD, PAN y PVEM recibieron una cobertura total de 22 mil centímetros cuadrados cada uno. Por otro lado, los partidos PT y PRI se cubrieron con 35 y 15 mil centímetros cuadrados. Mientras que los partidos HAGAMOS y FUTURO recibieron una cobertura de 19 mil centímetros cuadrados cada uno.

**Figura 20: Área total por partido político o coalición**

	Total	PAN	PRI	PRD	PT	PVEM	MC	MORENA	HAGAMOS	FUTURO	FYCXJ	SHHJ
Crónica Jalisco	23835	2717	4333	2717	0	0	5385	3285	232	0	2949	2217
El Diario NTR	26229	429	1999	566	0	0	7011	2186	1314	0	6039	6686
El Informador	47468	2056	4635	1302	2000	2000	12648	5968	2609	2754	5477	6019
Meridiano	3527	565	565	1078	0	0	755	0	0	0	565	0
Milenio Jalisco	71397	1188	3352	1188	4767	7672	16825	11252	5685	4853	5602	9012
Mural	117303	9856	12644	9076	6959	9839	20155	15562	8299	8751	9207	6956
Publimetro	112	0	0	0	0	0	37	75	0	0	0	0
Quadratin	51053	3453	4702	3453	923	1179	14873	6283	923	923	7621	6720
Reporte Índigo	4245	0	667	1193	0	0	1193	1193	0	0	0	0
El Occidental	15746	1764	1764	1764	935	935	1891	2124	935	935	575	2124
Semanario Arquidiocesano	3442	0	0	0	0	0	3442	0	0	0	0	0
Conciencia Pública	11268	845	569	423	0	951	2556	2944	0	951	423	1605
Revista Opinión Política	539	0	0	0	0	0	180	180	0	0	0	180
<b>Total</b>	<b>376163</b>	<b>22873</b>	<b>35229</b>	<b>22759</b>	<b>15584</b>	<b>22576</b>	<b>86770</b>	<b>50872</b>	<b>19996</b>	<b>19168</b>	<b>38456</b>	<b>41340</b>

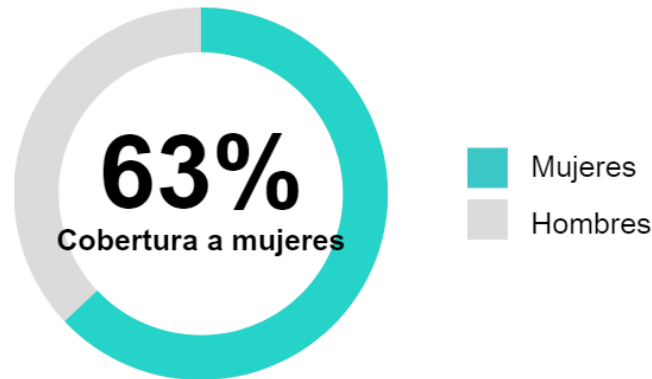
Fuente: Elaboración propia.

### 3.1.3.2 Cobertura por género y lenguaje incluyente

Considerando que hay dos candidatas mujeres y un candidato hombre para la gubernatura de Jalisco, deberían tener una cobertura proporcional, es decir 33% para Pablo Lemus (MC) y 67% para las dos candidatas, Claudia Delgadillo (SHHJ) y Laura Haro (FYCXJ). Sin embargo, para el periodo comprendido entre el 5 al 11 de mayo del 2024, se encontró una brecha en favor al candidato hombre sobre las candidatas mujeres, que es de un 4%.



**Figura 21: Porcentaje de cobertura por género de personas candidatas**



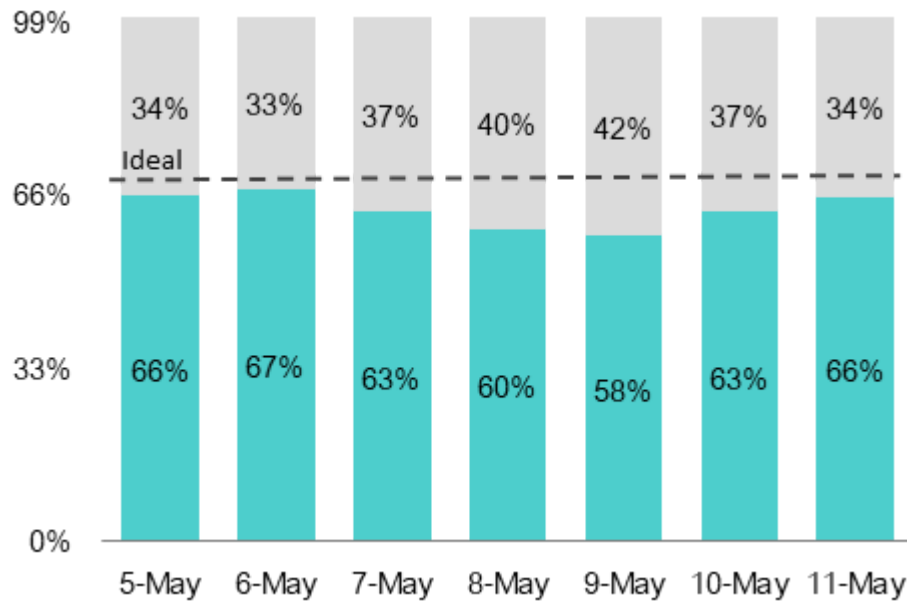
Fuente: Elaboración propia.

Segmentando por día, se observó que el día 9 de mayo presenta la mayor brecha en géneros hasta de un 9%, lo que indica que el candidato Pablo Lemus (MC) fue quien recibió mayor atención sobre las candidatas en este día. Por otro lado, los días con la cobertura más proporcional fueron el 5 y 11 de mayo, ya que no se reportó ninguna brecha.





Figura 22: Menciones totales diarias por género de personas candidatas

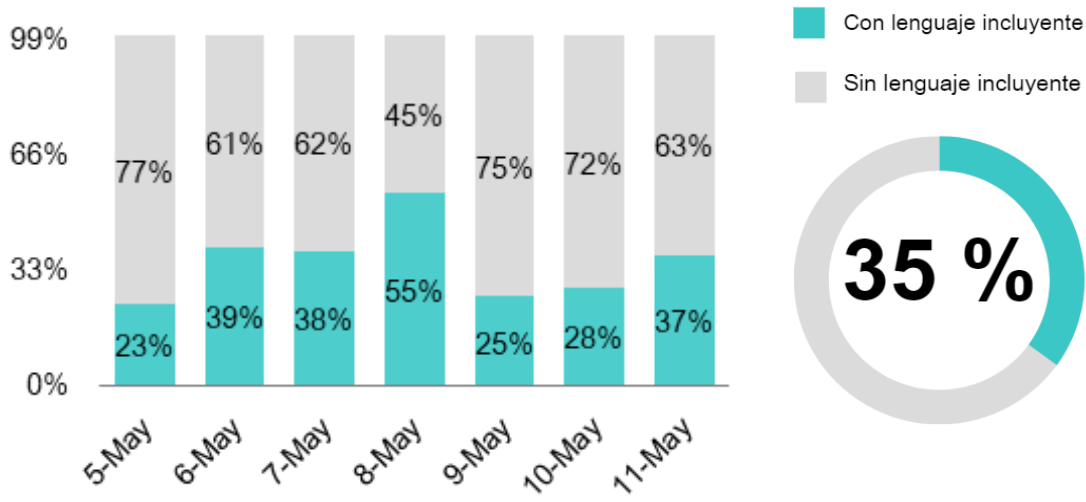


Fuente: Elaboración propia.

Del área de texto total, solo el 35% empleó lenguaje incluyente para referirse a las personas candidatas. Durante todo el periodo de monitoreo, se encontró que el uso de lenguaje inclusivo fue poco común, en especial el día 5 de mayo, donde solo se empleó en un 23%. Mientras que el 8 de mayo fue el día con mayor uso del lenguaje inclusivo con un 55% del total.



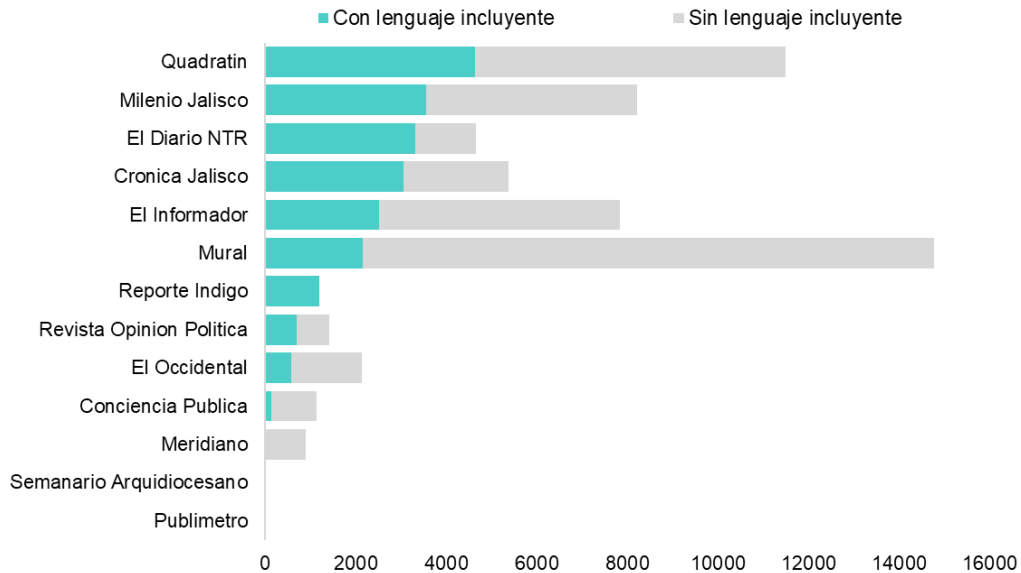
Figura 23: Menciones totales por género de personas candidatas



Fuente: Elaboración propia.

El uso de lenguaje incluyente fue rara vez empleado a lo largo de las notas de prensa impresa.

Figura 24: Uso de lenguaje incluyente en prensa impresa



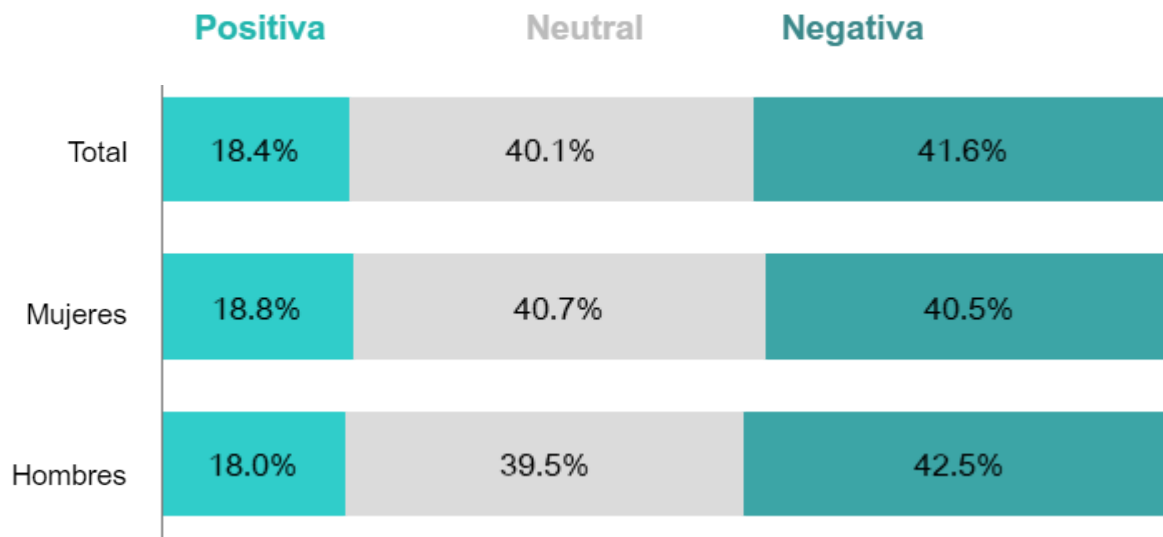
Fuente: Elaboración propia.



### 3.1.3.3 Valoración

Se analizaron un total de 871 frases, de las cuales 362 tuvieron una valoración negativa, representando la mayoría para ambos géneros, mientras que 349 fueron valoradas como neutrales y 160 corresponden a una valoración positiva. Segmentando por género, 77 frases que mencionan a las dos mujeres candidatas tienen una valoración positiva, 167 una neutral y 166 frases fueron valoradas de forma negativa. Por otro lado, las frases que mencionan a Pablo Lemus (MC) son mayoritariamente negativas, siendo 196, mientras que 182 corresponden a una connotación neutral y 83 fueron frases positivas.

Figura 25: Valoración de polaridad en las notas publicadas



Nota: Los porcentajes pueden no sumar 100% debido al redondeo de los decimales en el cálculo.

Fuente: Elaboración propia.



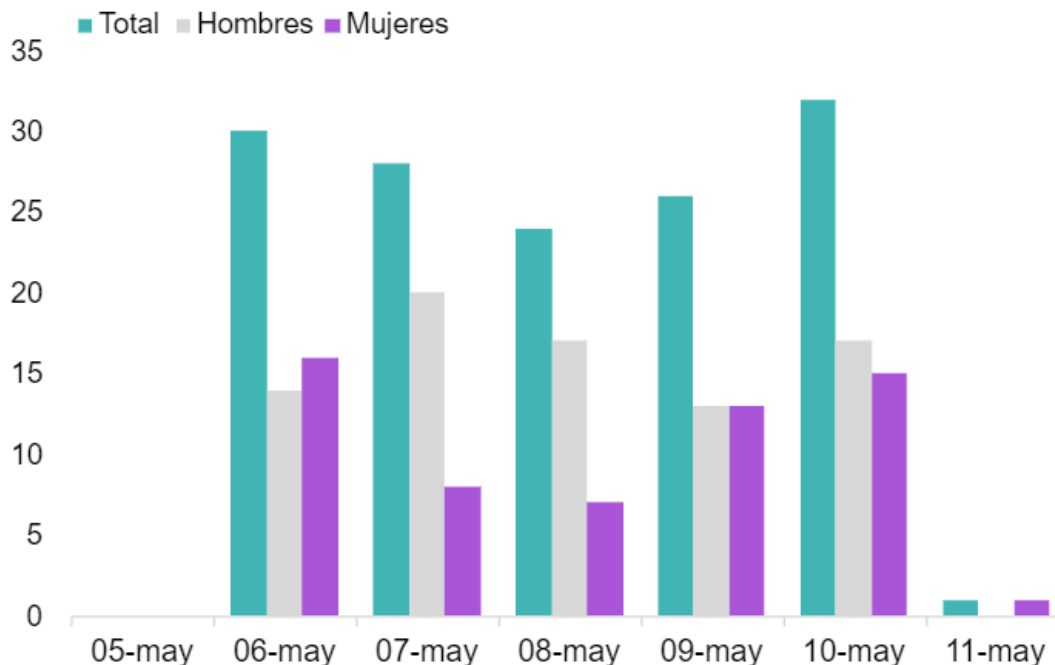
### 3.2 Análisis cuantitativo de las candidaturas a presidencias municipales

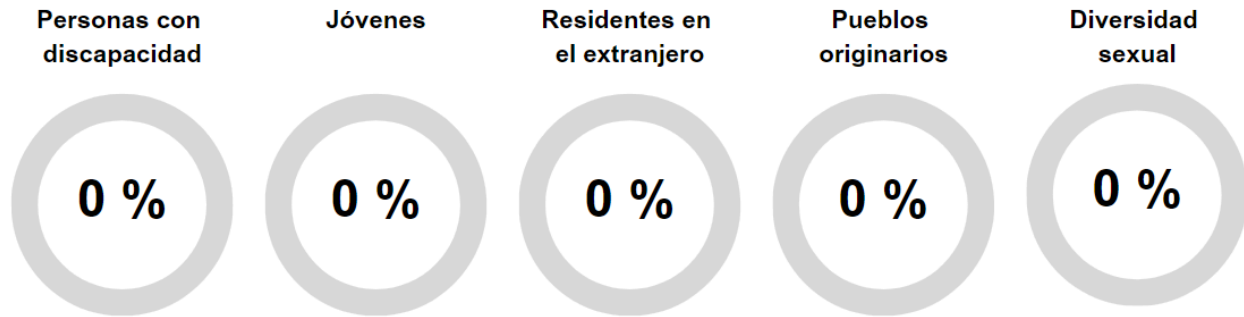
#### 3.2.1 Análisis de radio y televisión

##### 3.2.1.1 Menciones totales en programas de las personas candidatas

En la semana del 5 de mayo de 2024 al 11 de mayo de 2024, se contabilizaron 141 menciones de personas candidatas a municipales en Jalisco en las emisiones de radio y televisión. De este total, 81 fueron referencias a candidatos hombres y 60 a candidatas mujeres. No se mencionaron residentes en el extranjero, personas con alguna discapacidad, candidaturas jóvenes o de pueblos originarios o personas de la diversidad sexual.

**Figura 26: Total de menciones en radio y televisión**





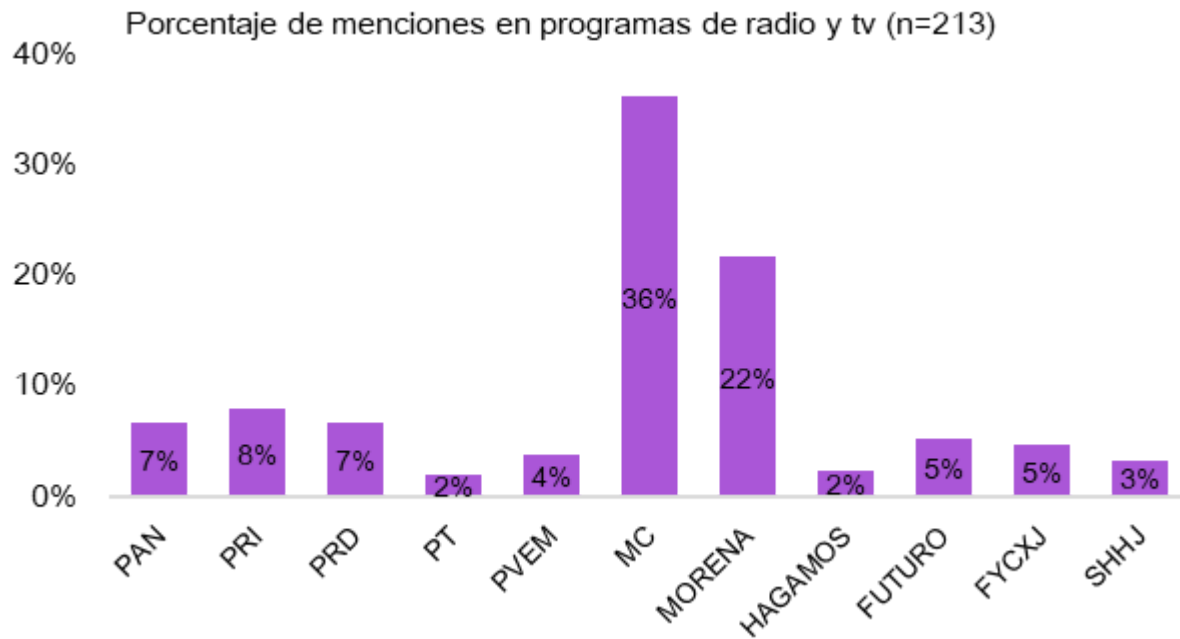
Fuente: Elaboración propia.

### 3.2.1.2 Menciones por partido político o coalición

En el conteo de menciones por partido político en relación con las presidencias municipales, los partidos MC y MORENA encabezan la lista, con un 36% y 22% del total de las notas, respectivamente. El PRI le sigue con un 8%, mientras que el PAN y el PRD registran un 7% de las menciones cada uno. El PVEM alcanza un 4%, y por su parte FUTURO y FYCXJ tienen un 5% cada uno. HAGAMOS y el PT están en los niveles más bajos con un 2% de las menciones cada uno, y SHHJ con un 3%.



**Figura 27: Porcentaje de menciones con respecto al total por partido político o coalición**



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 mención.

Fuente: Elaboración propia.

Ninguno de los programas de radio o televisión hizo mención de todos los partidos y coaliciones contendientes a las presidencias municipales de Jalisco. MC y MORENA son los dos partidos que consistentemente son mencionados en la mayor parte de los programas. El primero es mencionado al menos una vez en 20 de los 25 programas con más de tres menciones, mientras que MORENA suma 17 menciones en estos 25 programas.



Figura 28: Menciones por partido político o coalición

	Total	PAN	PRI	PRD	PT	PVEM	MC	MORENA	HAGAMOS	FUTURO	FYCXJ	SHHJ
10 Informativo Tarde	19	0	1	0	0	0	13	2	0	1	1	1
Noticias por la Radio	18	0	0	3	3	3	3	3	0	3	0	0
Buenos días Jalisco	13	0	0	0	0	1	6	4	0	1	0	1
Informativo NTR	12	0	0	0	0	0	4	7	0	0	1	0
Señal Informativa Ciudad Guzmán	12	1	1	1	0	1	4	1	0	1	1	1
10 Informativo Noche	9	0	1	0	0	0	4	2	0	0	1	1
Hechos Primera Linea	9	2	2	2	0	0	2	0	0	0	1	0
Radio UdeG Señal Informativa Matutina	9	2	2	2	0	0	1	0	0	0	2	0
Señal Informativa	8	2	2	2	0	0	0	0	0	0	2	0
Señal Informativa Lagos de Moreno	7	0	0	0	0	0	3	2	0	2	0	0
Zona 3 Primera Emisión	7	2	0	0	0	0	2	3	0	0	0	0
Buenas tardes jalisco	6	0	0	0	0	0	2	4	0	0	0	0
Cadena Líder Informativo	6	0	0	0	0	0	5	1	0	0	0	0
Fórmula Jalisco Noticias	6	0	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0
La informadera	5	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0
10 Informativo Mañana	4	0	0	0	0	0	2	2	0	0	0	0
Cruzando la Línea	4	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1
Hechos Meridiano Jalisco	4	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0
Noticieros GDL Nocturno	4	0	0	0	0	0	2	2	0	0	0	0
Señal Informativa Puerto Vallarta	4	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0
ADN40 Noche Jalisco	3	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0
Metrópoli al Día Primera Hora	3	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Radio UdeG Señal Informativa Nocturna	3	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1
Resumen Informativo Notisistema 15 HRS	3	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Resumen Informativo Notisistema 19 HRS	3	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0

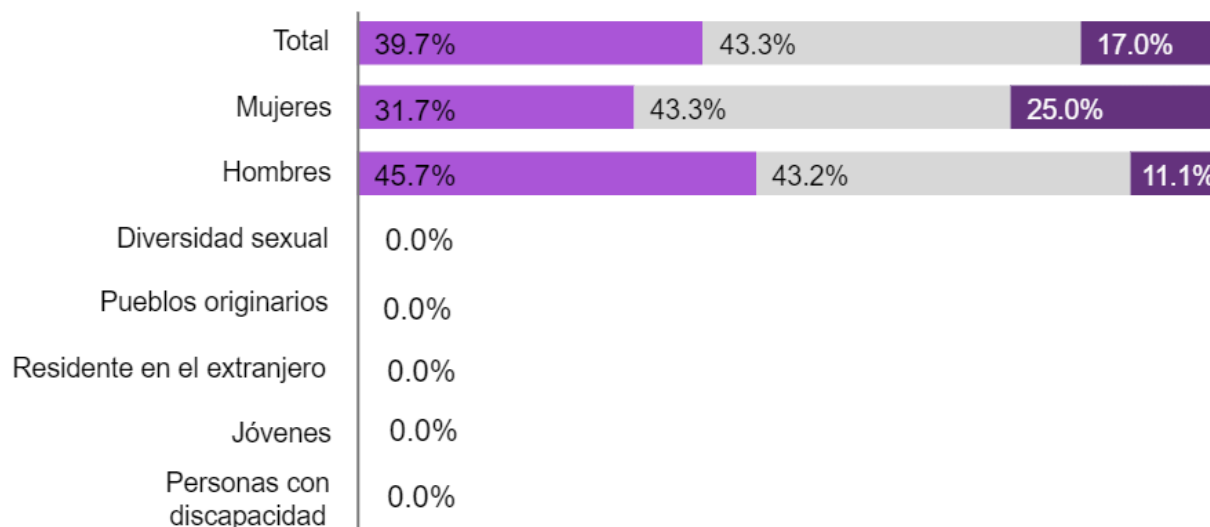
Fuente: Elaboración propia, medios con más de 5 menciones.

### 3.2.1.3 Valoración

De un total de menciones en programas de radio y televisión, el 39.7% se calificó como positivo, el 43.3% como neutral y el 17.0% como negativo. Analizando por género, las mujeres candidatas recibieron un 31.7% de menciones positivas, comparado con el 45.7% para los hombres. Las menciones neutrales predominaron casi por igual para ambos géneros, con un 43.3% para las mujeres y un 43.2% para los hombres. En cuanto a las valoraciones negativas, hubo una mayor proporción para las mujeres, con un 25.0%, en comparación con el 11.1% para los hombres.



**Figura 29: Porcentajes de polaridad por grupo**



Fuente: Elaboración propia.

### 3.2.1.4 Tiempo de emisión

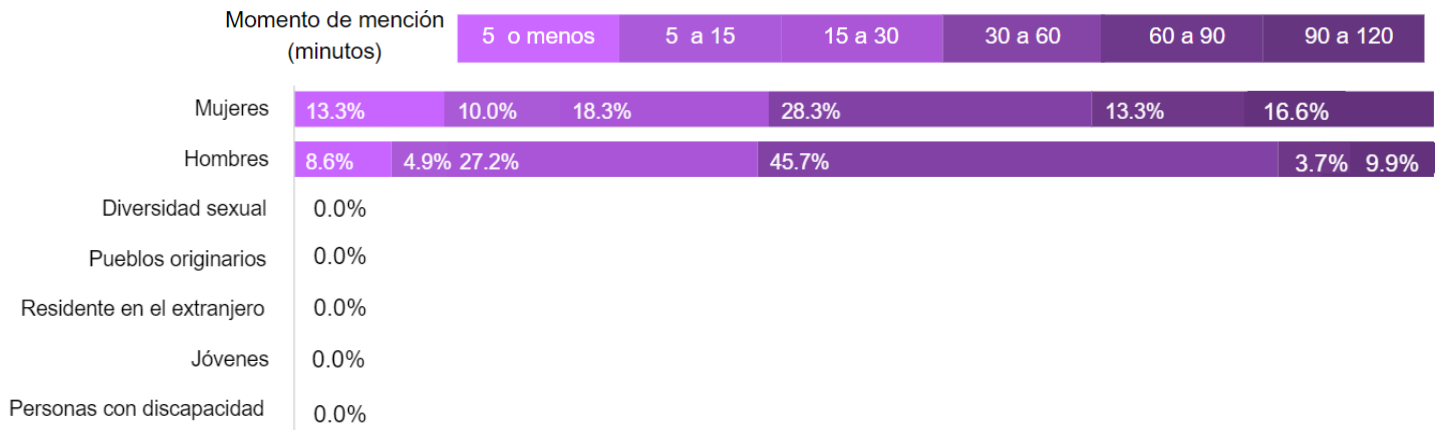
La distribución temporal de las menciones a los candidatos en programas de radio y televisión muestra patrones distintos. Durante los primeros 5 minutos, los candidatos hombres se mencionaron en un 8.6% y las mujeres en un 13.3%. Para el intervalo de 5 a 15 minutos, las menciones a hombres se situaron en un 4.9% y a mujeres en un 10.0%. En el rango de 15 a 30 minutos, las menciones a hombres aumentaron al 27.2%, mientras que para las mujeres se situaron en un 18.3%.

El periodo más prominente fue de 30 a 60 minutos, con los hombres recibiendo el 45.7% de las menciones y las mujeres el 28.3%. De 60 a 90 minutos, las menciones a hombres fueron del 3.7%, en contraste con un 13.3% para las mujeres. En el último tramo de 90 a 120 minutos, los hombres fueron mencionados en un 9.9% y las mujeres en un 16.6%.





**Figura 30: Menciones por personas candidatas respecto al momento de emisión**



Nota: Los porcentajes pueden no sumar 100% debido al redondeo de los decimales en el cálculo.

Fuente: Elaboración propia.

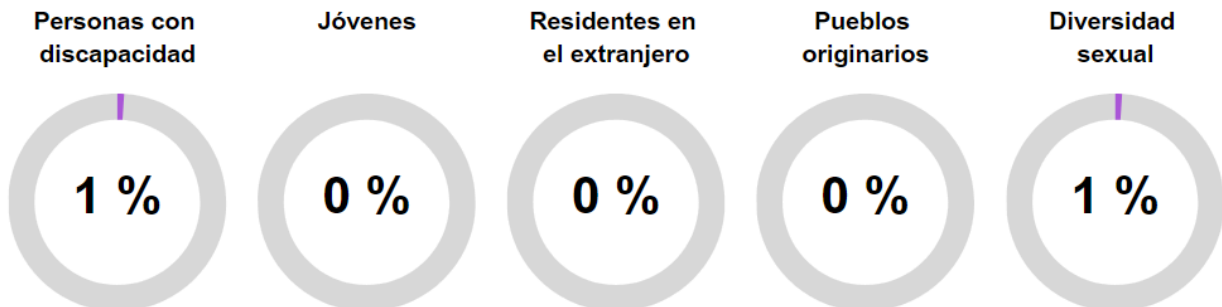
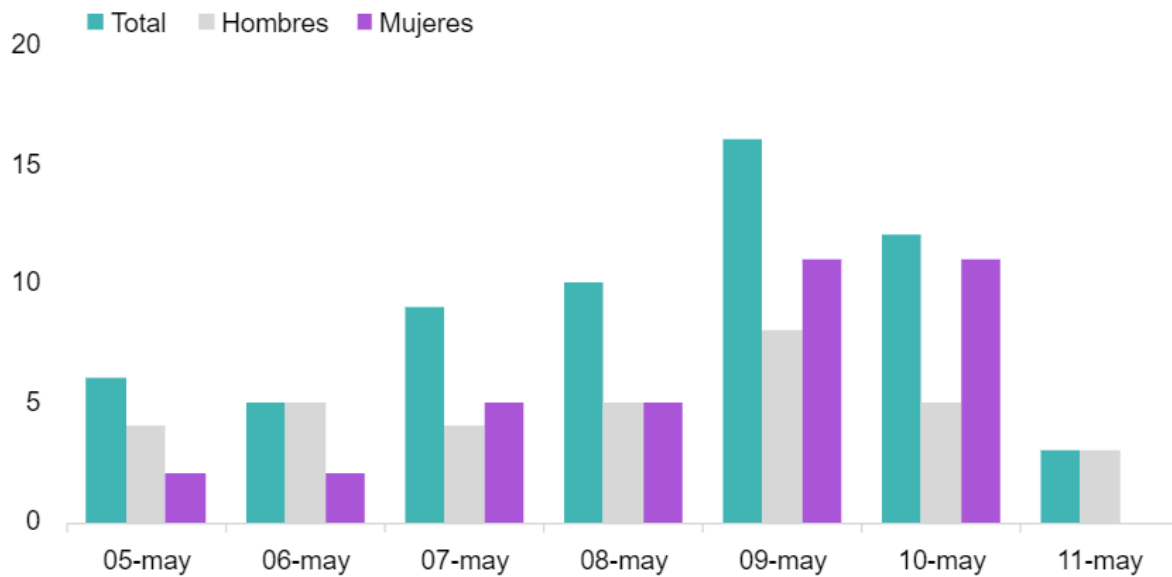
### 3.2.2 Análisis cuantitativo de prensa digital

#### 3.2.2.1 Notas totales en portales digitales

Durante el periodo comprendido del domingo 5 al sábado 11 de mayo del 2024, se publicaron 61 notas que mencionan a alguna de las personas candidatas a presidencias municipales en Jalisco. Del total de notas publicadas en los portales digitales, 34 mencionaron a hombres candidatos; mientras que 36 mencionaron a mujeres candidatas. Se identificó una nota que menciona a candidaturas con discapacidad y otra que menciona a candidaturas de la diversidad sexual. Por otro lado, en ninguna de las 61 notas se identificó a candidaturas jóvenes, residentes en el extranjero o de pueblos originarios.



**Figura 31: Total de notas publicadas en portales digitales en la elección para presidencias municipales**

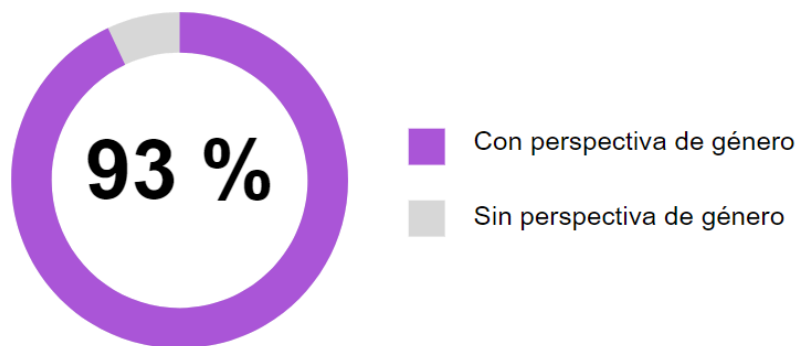
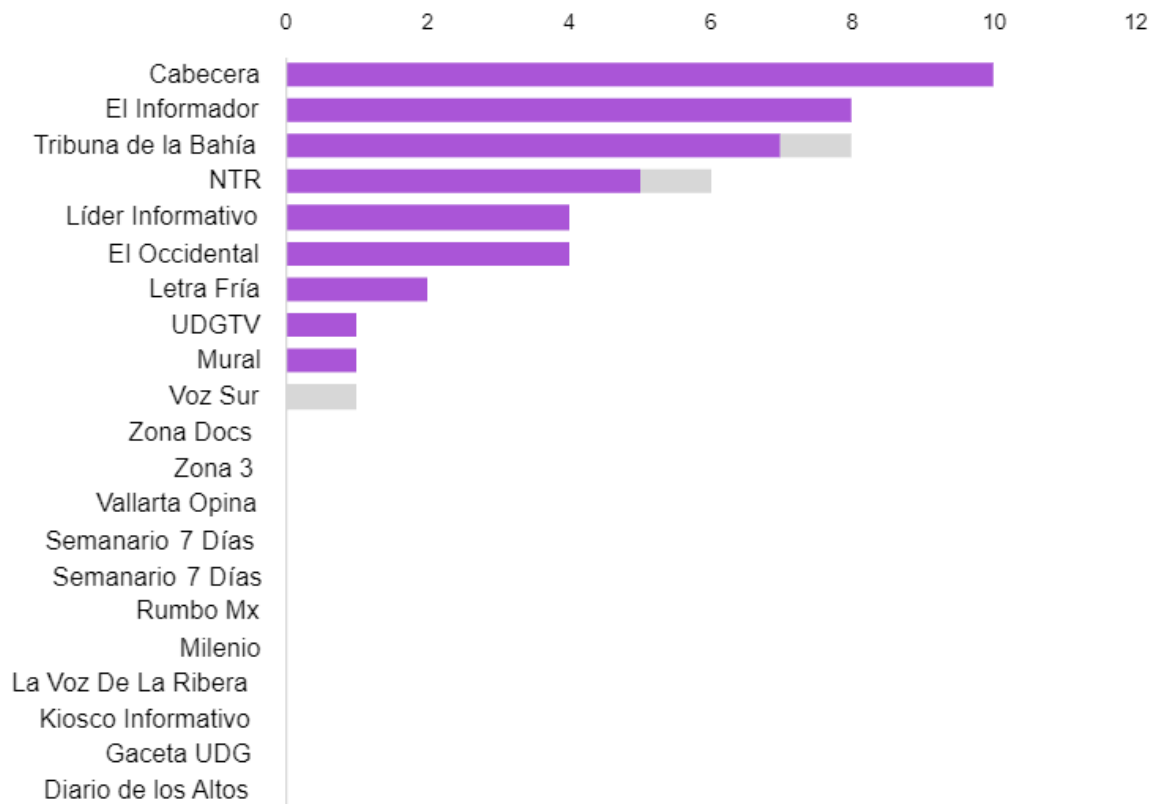


Fuente: Elaboración propia.

El 93% de las notas tienen una cobertura con perspectiva de género de las candidaturas a la presidencia municipal. En este sentido, el 7% restante corresponde a 4 notas donde se mencionó dos o más candidatos y candidatas en conjunto utilizando términos como “los candidatos”. En general no se identifica algún portal en particular tenga un comportamiento distinto a la media.



**Figura 32: Total de notas publicadas en portales digitales por medio y con perspectiva de género en la elección para presidencias municipales**



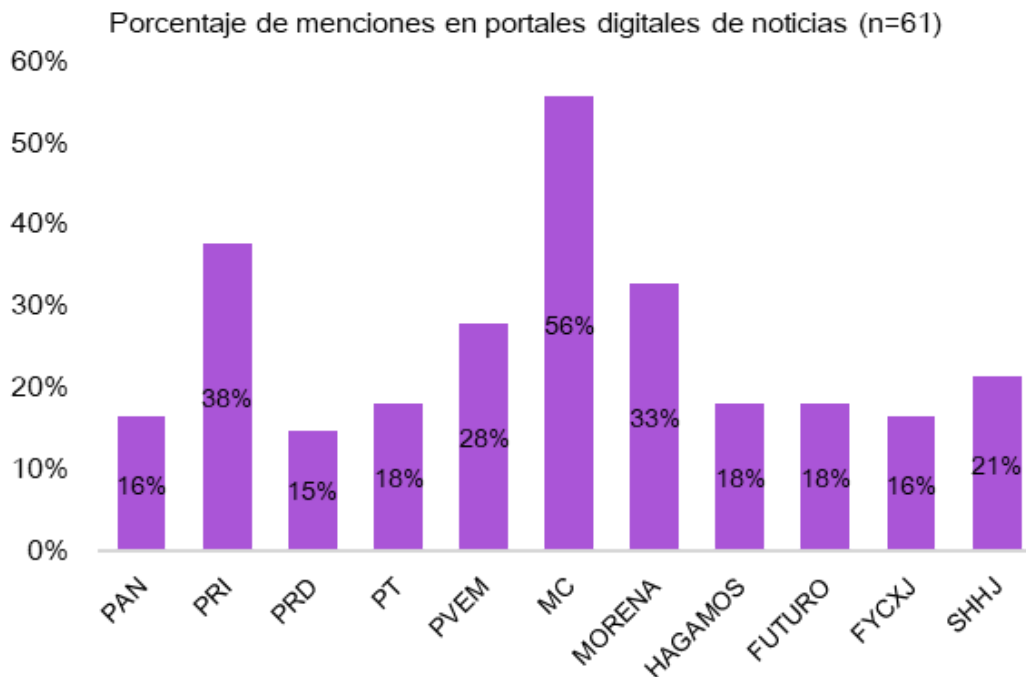
Fuente: Elaboración propia.



### 3.2.2.2 Menciones por partido político o coalición

En lo referente a las menciones por partido político o coalición contendientes a las presidencias municipales, MC lideró el total del contenido de menciones, ya que el 56% de las notas hicieron referencia a dicho partido. El 33% de las notas, hizo mención del partido MORENA. La coalición SHHJ fue mencionada en 21% de las notas mientras que la coalición FYCXJ tuvo el 16%. HAGAMOS y FUTURO se mencionaron en el 18% y 18% de las notas respectivamente; PAN en el 16%, el PRI en el 38% y el PRD en 15% de las notas. Por otro lado, PT y PVEM se mencionaron 18% y 28% respectivamente.

**Figura 33: Porcentaje de menciones totales por partido político o coalición en la elección para presidencias municipales**



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.



Los portales de Tribuna de la Bahía y El Occidental hicieron al menos una mención de cada uno de los partidos y coaliciones contendientes a las presidencias municipales de Jalisco.

Figura 34: Menciones por partido político o coalición en candidaturas a presidencias municipales

	Total	PAN	PRI	PRD	PT	PVEM	MC	MORENA	HAGAMOS FUTURO	FYCXJ	SHHJ	
Cabecera	11	0	1	0	1	3	8	2	1	1	1	2
Diario de Los Altos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
El Informador	6	2	3	2	0	1	4	2	0	1	1	1
El Occidental	8	2	2	2	3	2	5	4	3	4	2	3
Gaceta UDG	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kiosco Informativo	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0
La Voz de la Ribera	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Letra Fría	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Líder Informativo	4	0	0	0	0	2	3	1	0	0	0	3
Milenio	5	0	3	0	1	1	2	2	1	1	0	0
Mural	6	2	3	1	3	2	3	5	2	2	1	2
NTR	4	0	3	0	0	1	2	2	1	0	2	1
Rumbo Mx	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Semanario 7 Días	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Semanario Laguna	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tribuna De La Bahía	10	3	3	3	3	5	5	1	3	2	1	1
UDGTV	2	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Vallar Opina	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Voz Sur	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Zona 3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Zona Docs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>61</b>	<b>10</b>	<b>23</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>17</b>	<b>34</b>	<b>20</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>13</b>

Fuente: Elaboración propia.

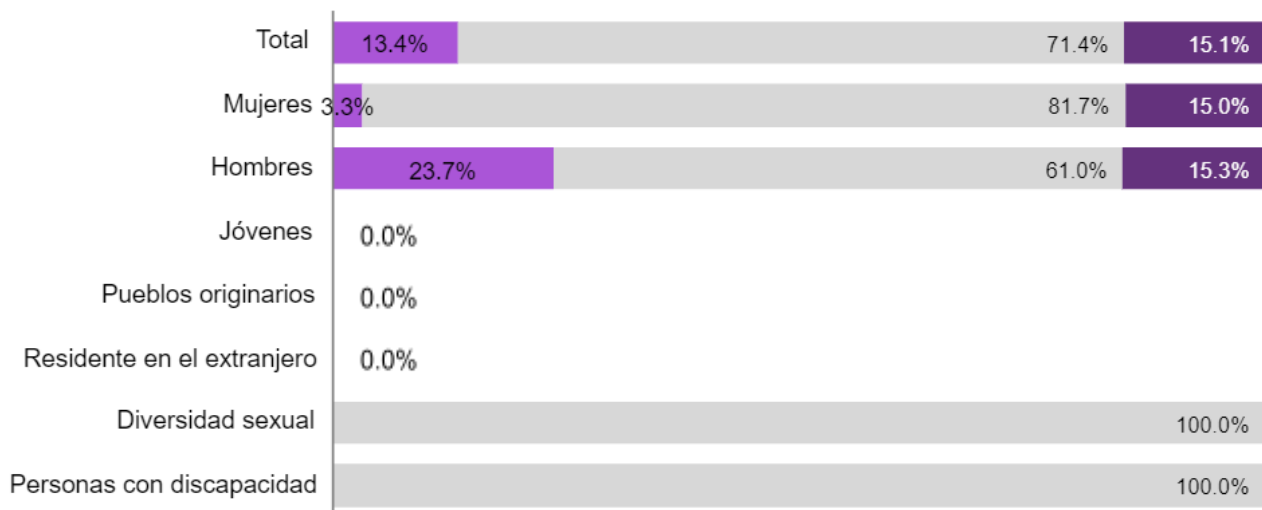
### 3.2.2.3 Valoración de las piezas informativas

De las 61 notas publicadas en portales digitales, el 13.4% recibió una valoración positiva, el 71.4% obtuvo una valoración neutral y el 15.1% fue calificado como negativo. Al separar por el género de las personas candidatas, se observa una diferencia en la proporción de menciones valoradas como neutras, siendo que 81.7% de las notas que mencionan a las mujeres candidatas tuvieron este tipo de valoración en contraste con el 61% de los candidatos. Mientras que la proporción de valoraciones



positivas para menciones mujeres fue de 3.3%, en hombres fue del 23.7%. En lo que respecta a las valoraciones negativas, se tuvo un 15.0% de las menciones a las candidatas comparado con un 15.3% de los candidatos. Respecto a las notas que cubrieron candidaturas con discapacidad y de la diversidad sexual, ambas tuvieron una valoración neutra. Dado que ninguna nota de portales digitales realizó alguna mención de los otros grupos de los grupos interés enlistados, no se pudo realizar una valoración de polaridad de estos.

**Figura 35: Porcentajes de polaridad por grupo por grupos de interés**



Nota: Los porcentajes pueden no sumar 100% debido al redondeo de los decimales en el cálculo.

Fuente: Elaboración propia.

### 3.2.3 Análisis de prensa impresa

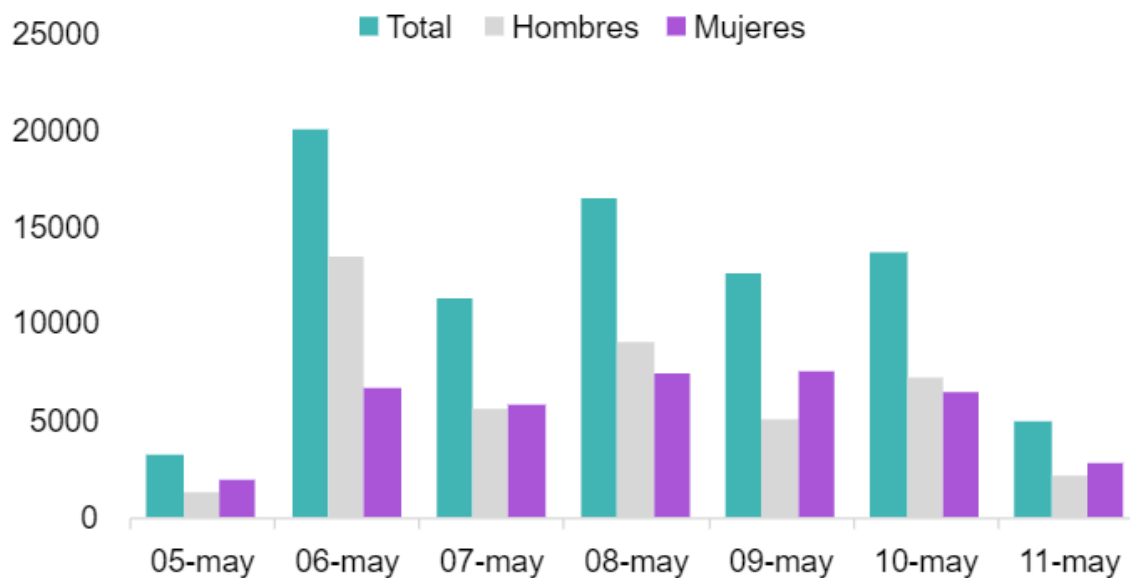
#### 3.2.3.1 Área de texto en prensa impresa

Durante el periodo de monitoreo comprendido entre el 5 al 11 de mayo de 2024, se analizaron 74 notas de 11 periódicos y revistas en formato impreso y digital, las cuales dedicaron un área total de 82 mil centímetros cuadrados para artículos que hablan o mencionan a las personas candidata para municipales en Jalisco. En promedio, se



destinaron 11 mil centímetros cuadrados para la redacción de artículos que hablan o mencionan a las personas candidatas para municipales, teniendo la mayor cantidad el día 6 de mayo con un total de 20 mil centímetros cuadrados de prensa impresa. Los candidatos recibieron una cobertura en 43 mil centímetros cuadrados mientras que las mujeres tuvieron 38 mil unidades. Es relevante mencionar que no se encontró cobertura a personas candidatas con discapacidad, diversidad sexual, candidaturas jóvenes, residentes en el extranjero y provenientes de pueblos originarios.

**Figura 36: Total de centímetros cuadrados por fecha de imprenta**



Fuente: Elaboración propia.

### 3.2.3.2 Lenguaje incluyente

En cuanto al uso de lenguaje incluyente, se encontró que el 26% de las notas emplearon este tipo de lenguaje para referirse a las personas candidatas, mientras que el 74% de notas ocuparon el término “candidatos” para referirse a las personas candidatas en conjunto.



**Figura 37: Cobertura de personas candidatas con discapacidad, diversidad sexual, juventude, residentes en el extranjero y pertenecientes a pueblos originarios**



Fuente: Elaboración propia.

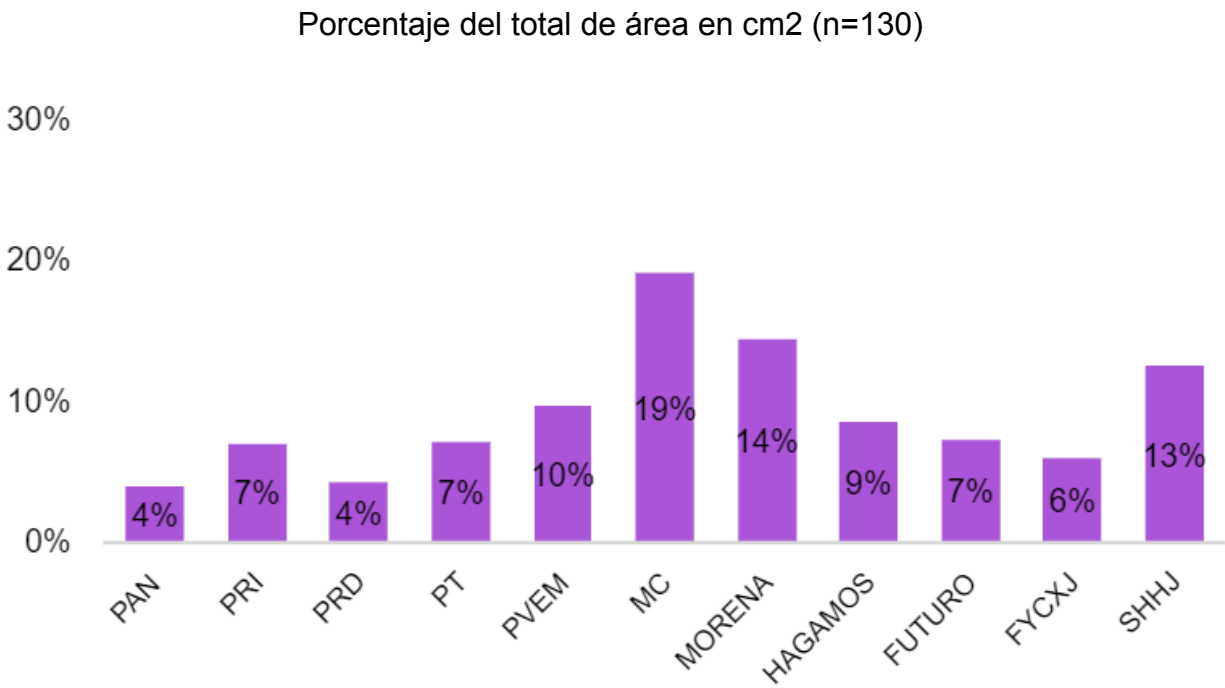
### 3.2.3.3 Menciones por partido político o coalición

En el periodo de monitoreo del 5 al 11 de mayo se encontró que la mayor cobertura a partidos políticos y coaliciones pertenece a MC con 19% del total de área que es 130 mil centímetros cuadrados, seguido de MORENA con 14%. Mientras que los partidos PAN y PRD tuvieron la misma cobertura de 4% del total de centímetros cuadrados. Los partidos PRI, PT y FUTURO recibieron la cobertura de 7% cada uno. El PVEM obtuvo un porcentaje de 10% de cobertura respecto al total, mientras que HAGAMOS recibió 9%. Las coaliciones FYCXJ y SHHJ recibieron una cobertura del 6% y 13%.





**Figura 38: Porcentaje del total de área en prensa impresa**



Fuente: Elaboración propia.

El partido político con mayor cobertura fue MC, con un total de 22 mil centímetros cuadrados de área de texto, seguido de MORENA con 16 mil. Tanto el PAN como el PRD tuvieron una cobertura de 4 mil centímetros cuadrados cada uno. Los partidos PT y FUTURO recibieron una cobertura de 9 mil centímetros cuadrados cada uno, mientras que el PRI obtuvo 8 mil unidades. En cuanto a las coaliciones FYCXJ y SHHJ, recibieron 7 mil y 14 mil centímetros, respectivamente.



**Figura 39: Cobertura de área en las que se mencionan partidos políticos y coaliciones de prensa impresa**

	Total	PAN	PRI	PRD	PT	PVEM	MC	MORENA	HAGAMOS FUTURO	FYCXJ	SHHJ	
Crónica Jalisco	7175	1432	1432	1432	0	0	1446	0	0	1432	0	
El Diario NTR	9398	163	1495	163	0	124	2212	211	1177	0	1895	1959
El Informador	12030	438	438	438	1044	1044	3136	1613	1044	1044	374	1417
Meridiano	1830	0	0	0	0	1207	0	77	546	0	0	0
Milenio Jalisco	49221	0	2374	0	4485	6858	8319	7888	4485	4571	2583	7658
Mural	15693	1427	1532	1701	1128	798	3379	2361	1211	1128	227	799
Quadratin	16376	1261	1261	1261	938	938	3779	2864	938	938	1261	938
El Occidental	11711	0	0	0	1761	1761	692	1761	1761	1761	0	2214
Conciencia Pública	3969	422	0	0	0	0	1182	1182	0	0	0	1182
Revista Opinión Política	539	0	0	0	0	0	180	180	0	0	0	180
Reporte Índigo	2667	0	667	667	0	0	667	667	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>130609</b>	<b>4721</b>	<b>8532</b>	<b>4995</b>	<b>9355</b>	<b>12730</b>	<b>22963</b>	<b>16775</b>	<b>11162</b>	<b>9442</b>	<b>7772</b>	<b>14985</b>

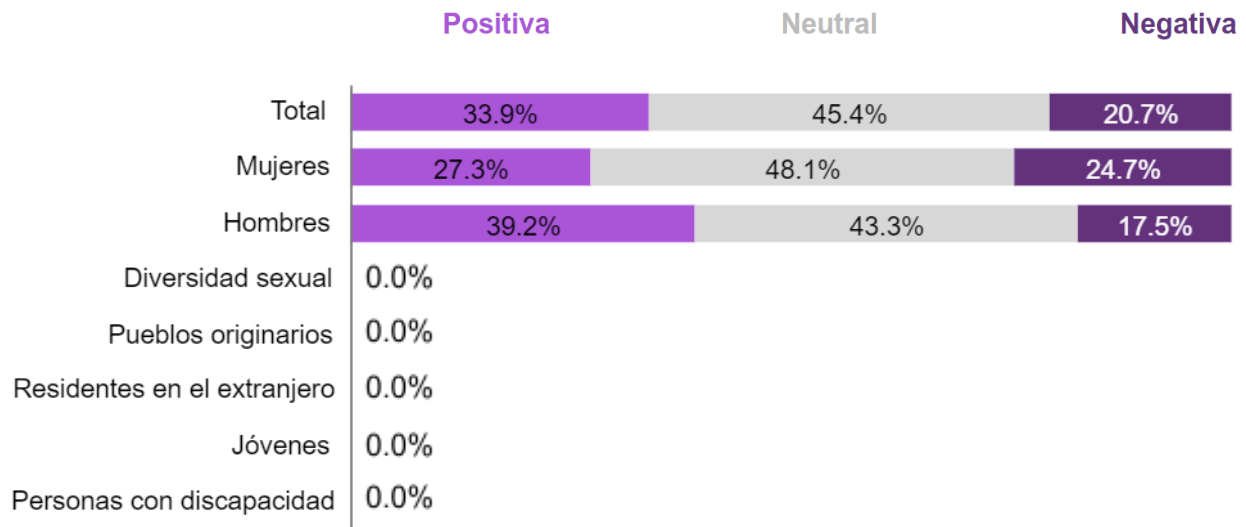
Fuente: Elaboración propia.

### 3.2.3.4 Valoración de prensa impresa

Se analizaron un total de 174 frases, de las cuales 79 tuvieron una valoración neutral, mientras que 36 tuvieron una valoración negativa y 59 frases fueron catalogadas como positivas. Segmentando por género, hombres y mujeres tuvieron una valoración mayormente neutral, con 42 y 37 frases respectivamente, sin embargo, 38 frases que mencionan a candidaturas de hombres fueron valoradas positivamente, mientras que las frases que mencionan a las mujeres candidatas solo fueron 21 que fueron positivas. Por otro lado, no se reportaron frases que mencionan a las personas candidatas que pertenezcan a los demás grupos de interés.



Figura 40: Porcentaje de polaridad por grupo poblacional en prensa impresa



Fuente: Elaboración propia.

### 3.3 Análisis cuantitativo de las candidaturas a diputaciones locales

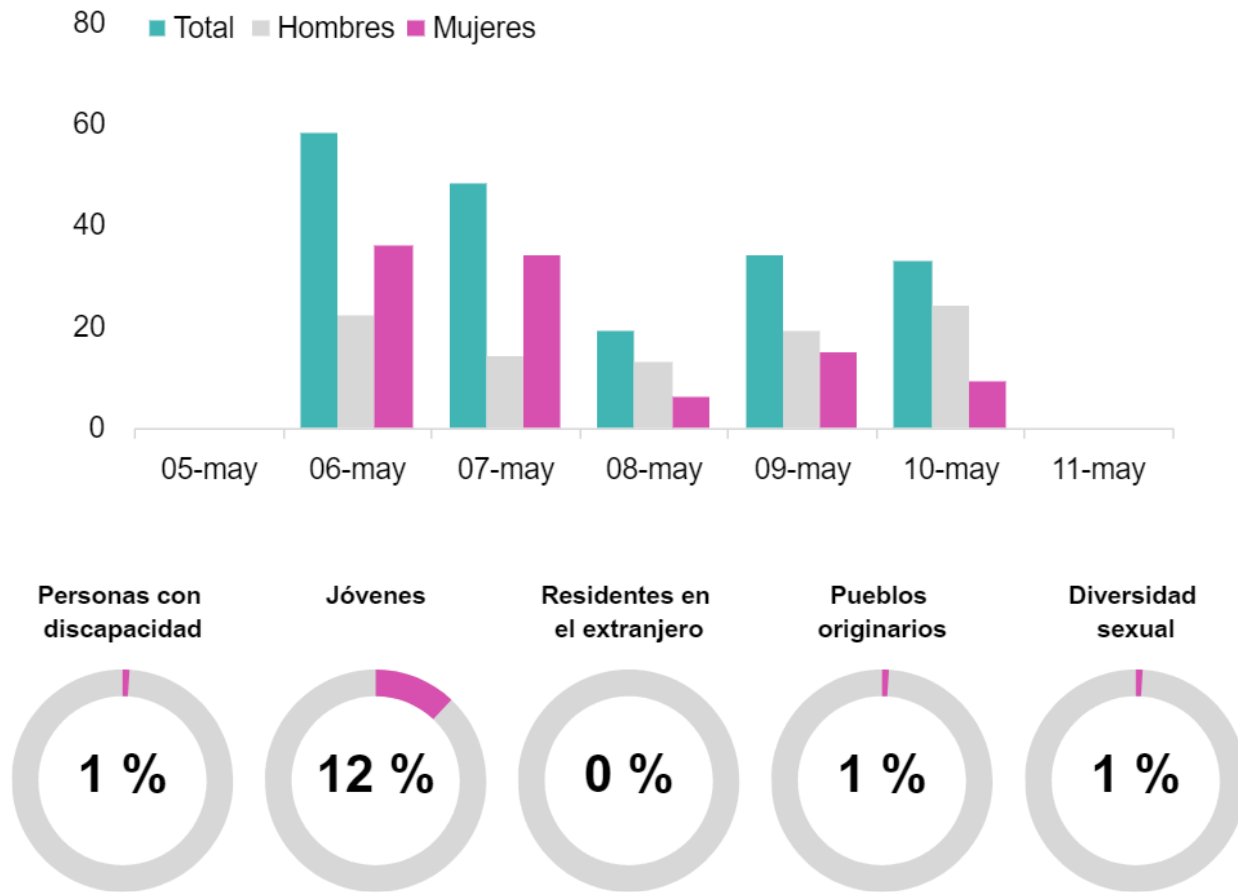
#### 3.3.1 Análisis de radio y televisión

##### 3.3.1.1 Menciones totales

En la semana del 5 al 11 de mayo de 2024, se contabilizaron 192 menciones de personas candidatas a una diputación en Jalisco en las emisiones de radio y televisión. De este total, 92 fueron referencias a candidatos hombres y 100 a candidatas mujeres. Por otro lado, se mencionó 6 veces a personas con una candidatura joven, aunque ninguna de personas candidatas de pueblos originarios, discapacidad, de jaliscienses en el extranjero ni para personas de la diversidad sexual.



**Figura 41: Total de menciones en programas de radio y televisión**



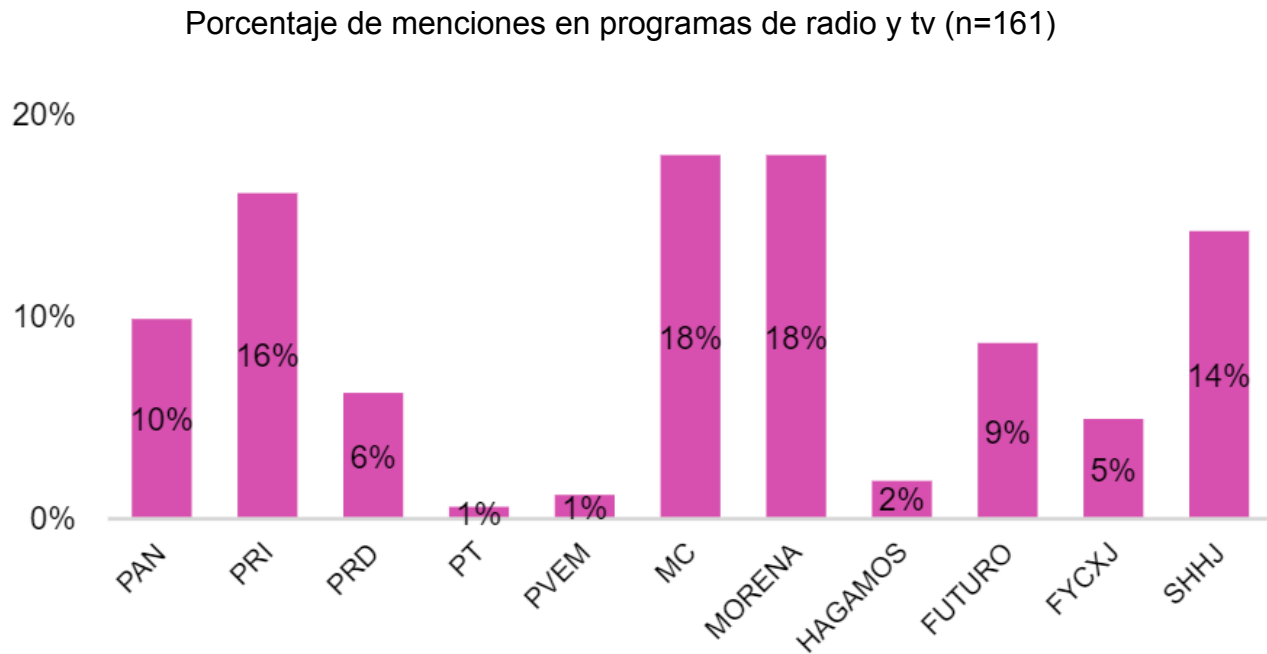
Fuente: Elaboración propia.

### 3.3.1.2 Menciones por partido político o coalición

En el conteo de menciones por partido político en relación con las presidencias municipales, los partidos MC y MORENA encabezan la lista, representando un 18% del total de las notas cada uno. Les sigue el PRI con un 16%, mientras que SHHJ registra un 14%. FUTURO está presente en un 9% de las menciones, mientras que el PAN alcanza un 10%. FYCXJ registra un 5%; por su parte, el PRD cuenta con un 6% de las menciones. Los partidos con menos menciones son el PVEM, PT y HAGAMOS, cada uno con un 1% y 2%, respectivamente.



**Figura 42: Porcentaje de menciones con respecto al total por partido político o coalición**



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.

Ninguno de los programas de radio o televisión hizo mención de todos los partidos y coaliciones contendientes a las presidencias municipales de Jalisco. MC y MORENA son los dos partidos que consistentemente son mencionados en la mayor parte de los programas. El primero fue mencionado en 17 de los 25 programas y el segundo en 8 de 25.



Figura 43: Menciones por partido político o coalición

	Total	PAN	PRI	PRD	PT	PVEM	MC	MORENA	HAGAMOS	FUTURO	FYCXJ	SHHJ
En punto	24	1	5	2	0	0	4	2	0	4	2	4
Metrópoli al Día Primera Hora	21	3	3	3	0	0	4	4	0	4	0	0
Ke Buena Radar Informativo Lagos de Moreno	19	5	3	3	0	0	3	5	0	0	0	0
10 Informativo Tarde	15	1	1	1	0	0	1	0	0	0	2	9
Señal Informativa Lagos de Moreno	12	0	0	0	0	0	7	2	1	1	0	1
Fórmula Jalisco Noticias	8	0	1	0	1	1	1	2	1	1	0	0
Zona 3 Primera Emisión	7	1	2	0	0	0	1	2	0	0	0	1
Informativo NTR	6	0	3	0	0	0	1	2	0	0	0	0
Telediario Matutino	6	2	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0
Cruzando la Línea	3	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0
Punto Político	3	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Radio UdeG Señal Informativa Nocturna	3	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1
Señal Informativa	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2
10 Informativo Mañana	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0
ADN40 Noche Jalisco	2	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0
Cadena Líder Informativo	2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
En pocas palabras	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Heraldo Noticias Jalisco	2	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Política en Directo	2	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0

Fuente: Elaboración propia. Medios con 2 o más menciones.

Fuente: Elaboración propia.

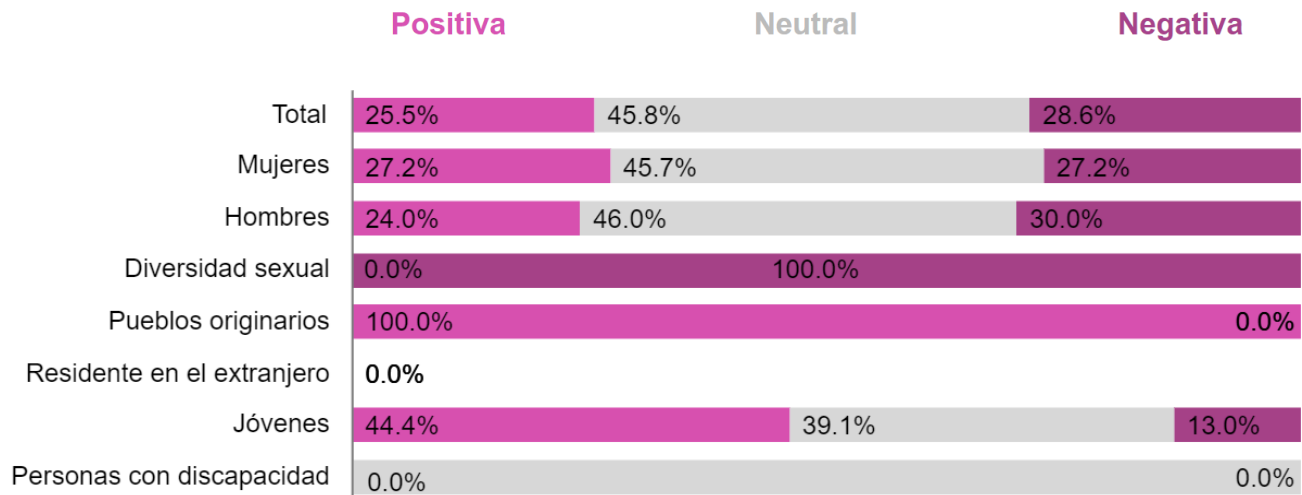
### 3.3.1.3 Valoración

De un total de menciones en programas de radio y televisión, el 25.5% se calificó como positivo, el 45.8% como neutral y el 28.6% como negativo. Analizando por género, las candidatas mujeres recibieron un 27.2% de menciones positivas, comparado con el 24% para los hombres. Las menciones neutrales predominaron casi por igual, con un 46% para los hombres y un 45.7% para las mujeres. En cuanto a las valoraciones negativas, los hombres tuvieron un 30.0%, mientras que para las mujeres fue un 27.2%.

Por otro lado, en el análisis de otros grupos, los jóvenes registraron un 44.4% de valoraciones positivas, un 39.1% de menciones neutras, y un 13.0% de menciones negativas. Las personas con discapacidad y los residentes en el extranjero tuvieron un 100% de menciones neutras. Los pueblos originarios recibieron un 100% de menciones positivas, mientras que la diversidad sexual tuvo un 100% de menciones negativas.



Figura 44: Porcentajes de polaridad por grupo



Fuente: Elaboración propia.

### 3.3.1.4 Tiempo de emisión

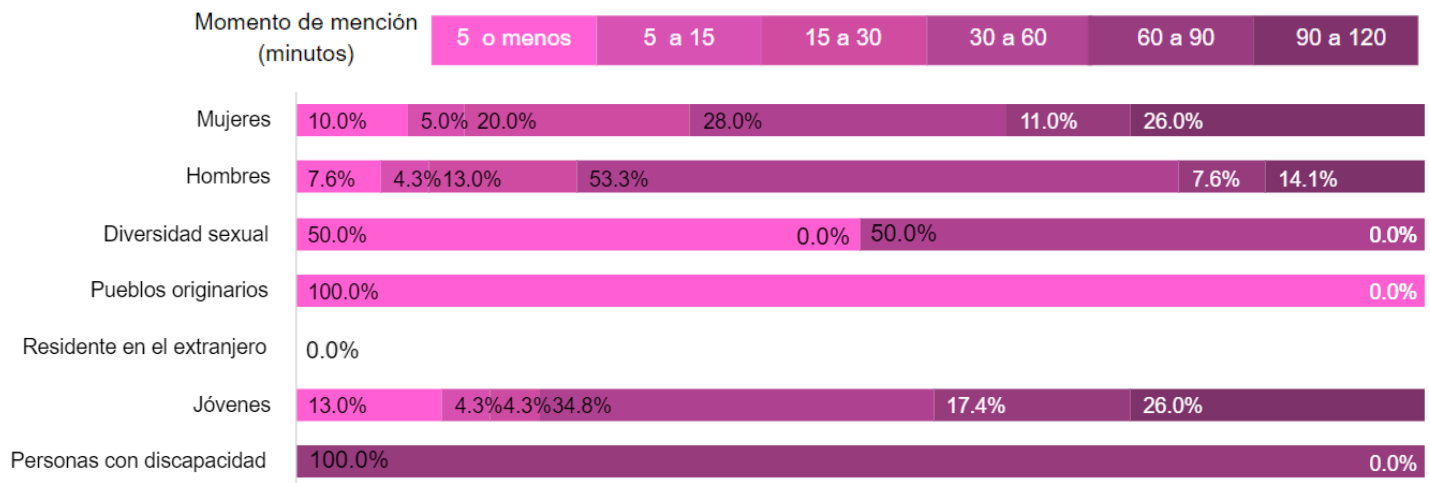
La distribución temporal de las menciones a las personas candidatas en programas de radio y televisión muestra patrones distintos. Durante los primeros 5 minutos, los candidatos hombres se mencionaron en un 7.6% y las mujeres en un 10%. Para el intervalo de 5 a 15 minutos, las menciones a hombres fueron del 4.3%, y las de mujeres fueron del 5%. En el rango de 15 a 30 minutos, las menciones a hombres aumentaron al 13.0%, mientras que para las mujeres se situaron en un 20.0%.

El periodo más prominente fue de 30 a 60 minutos, con los hombres recibiendo el 53.3% de las menciones y las mujeres el 28.0%. De 60 a 90 minutos, las menciones a hombres se situaron en un 7.6%, en contraste con un 11% para las mujeres. En el último tramo de 90 a 120 minutos, los hombres fueron mencionados en un 14.1% y las mujeres en un 26%.



Cabe destacar que en este análisis también se incluyeron menciones a otros grupos: los jóvenes fueron mencionados mayoritariamente en el segmento de 30 a 60 minutos con un 34.8% y en menor medida en el segmento de 90 a 120 minutos con un 26%. Además, los pueblos originarios y la diversidad sexual fueron mencionados en el segmento de menos de 5 minutos con un 100% y un 50%, respectivamente, mientras que las personas con discapacidad fueron mencionadas únicamente en el segmento de 60 a 90 minutos con un 100%.

**Figura 45: Menciones por personas candidatas respecto al momento de emisión**



Fuente: Elaboración propia.





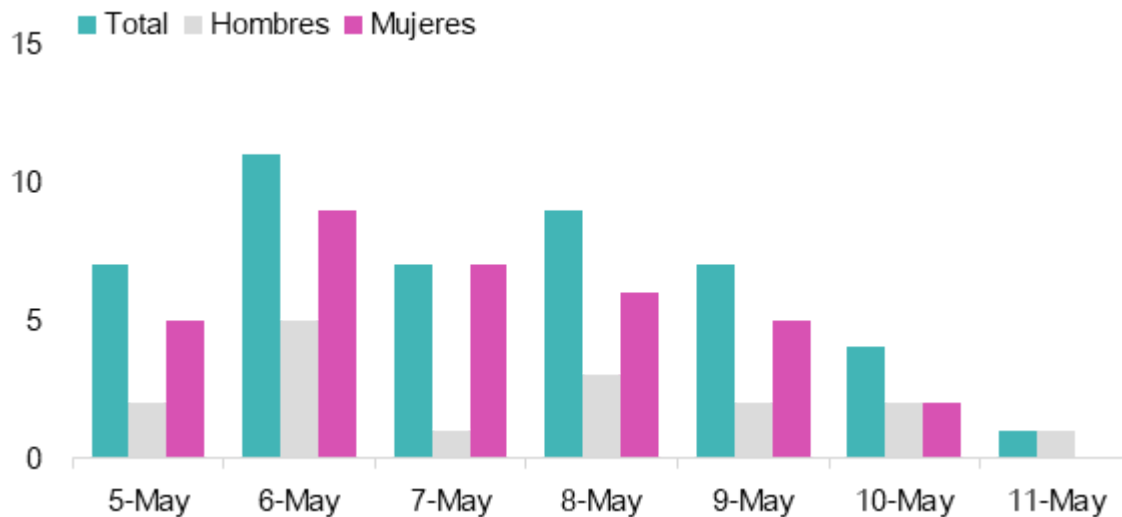
### 3.3.1.5 Portales digitales

## 3.3.2 Análisis de prensa digital

### 3.3.2.1 Notas totales en portales digitales

Durante el periodo comprendido del domingo 05 al sábado 11 de mayo del 2024, se publicaron 46 notas que mencionaron a alguna de las personas candidatas a diputaciones locales en Jalisco. Del total de notas publicadas en los portales digitales, 16 mencionaron a hombres candidatos; mientras que 34 mencionaron a mujeres candidatas. Por otro lado, en ninguna de las 46 notas se identificó a personas candidatas con alguna discapacidad, residentes en el extranjero, candidaturas jóvenes, de la diversidad sexual o de pueblos originarios.

**Figura 46: Total de notas publicadas en portales digitales en la elección para diputaciones locales**





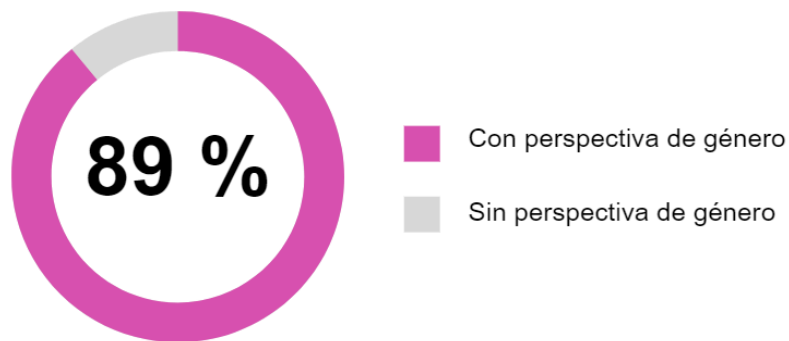
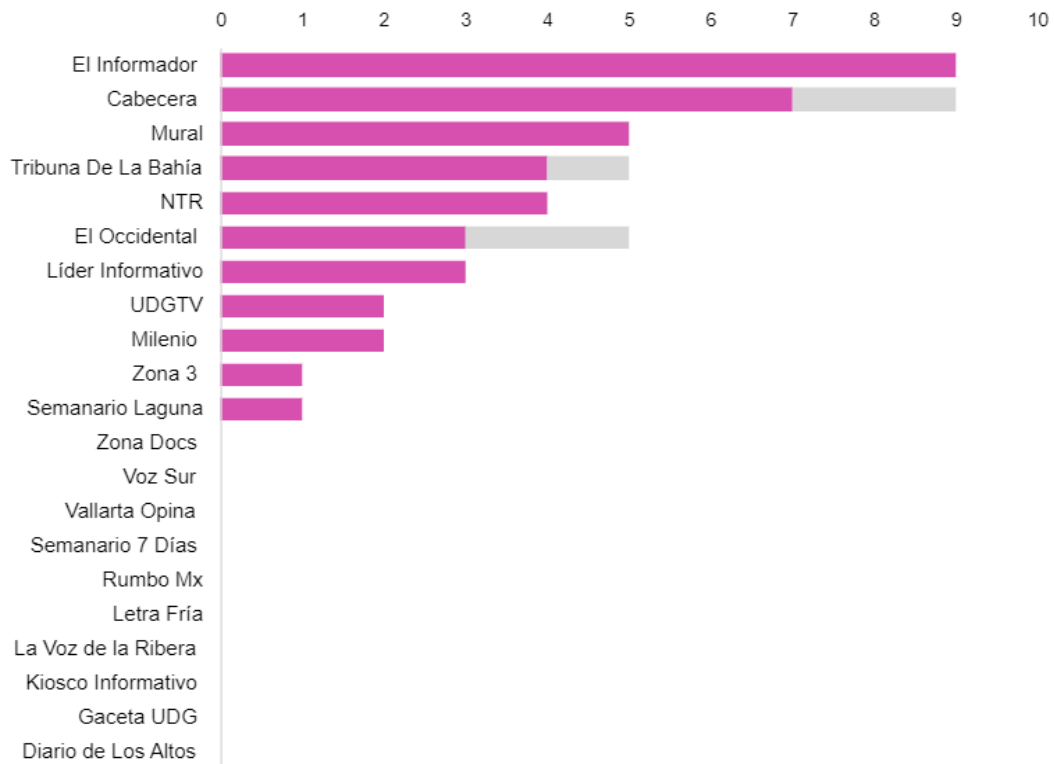
Fuente: Elaboración propia.

### 3.3.2.2 Lenguaje incluyente

El 89% de las notas tienen una cobertura con perspectiva de género de las candidaturas a diputaciones locales. En este sentido, el 11% restante corresponde a cinco notas donde se mencionó a dos o más candidatos y candidatas en conjunto utilizando términos como “los candidatos”. En promedio, cada uno de los portales analizados publicó menos de una nota con esta característica.



**Figura 47: Cobertura con perspectiva de género de las candidaturas a diputaciones locales**



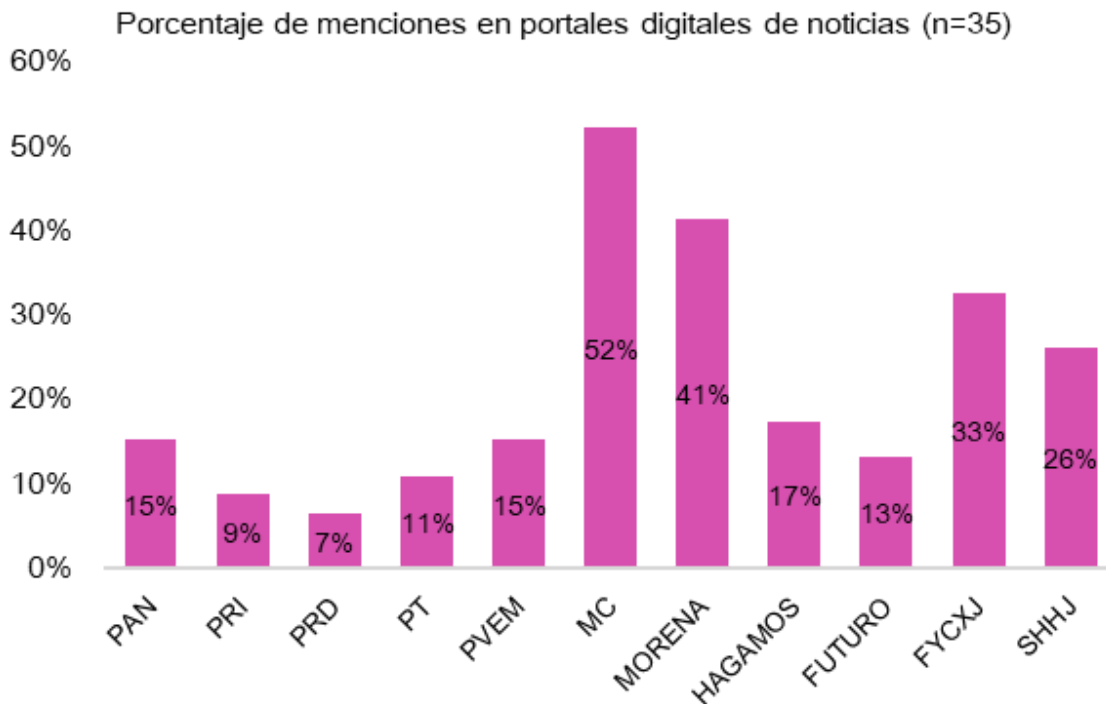
Fuente: Elaboración propia.



### 3.3.2.3 Menciones por partido político o coalición

En cuanto a las menciones por partido político o coalición contendientes a las diputaciones locales, el partido MC apareció en el 52% de las notas, seguido por MORENA con un 41%. La coalición FYCXJ, PAN, PRI y PRD fueron mencionados en el 33%, 15%, 9% y 7% de las notas, respectivamente. Respecto a la coalición SHHJ se hizo mención en el 26% de las notas; HAGAMOS y FUTURO se mencionaron en el 17% y 13%, respectivamente. Finalmente, PT y PVEM tuvieron un porcentaje de apariciones del 11% y 15%.

**Figura 48: Porcentaje de menciones totales por partido político o coalición de diputaciones locales**



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.



Figura 49: Notas en las que se mencionan partido políticos o coaliciones

	Total	PAN	PRI	PRD	PT	PVEM	MC	MORENA	HAGAMOS	FUTURO	FYCXJ	SHHJ
Cabecera	9	0	0	0	3	2	0	0	0	1	1	1
El Informador	9	0	1	0	7	2	0	0	0	1	1	1
El Occidental	5	1	1	1	1	1	0	2	0	0	2	2
Kiosco Informativo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
La Voz de la Ribera	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Letra Fría	3	0	0	0	3	1	0	0	0	0	2	0
Líder Informativo	2	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0	1
Milenio	2	0	1	0	1	2	0	0	0	0	0	0
Mural	5	1	3	1	2	5	3	3	3	2	1	2
NTR	4	1	0	1	4	3	3	0	0	0	3	3
Rumbo Mx	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Semanario 7 Días	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Semanario Laguna	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tribuna De La Bahía	5	1	0	0	2	1	0	0	1	1	4	0
Vallarta Opina	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Udgtv	2	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0
Voz Sur	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Zona 3	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Zona Docs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gaceta UDG	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Diario de Los Altos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	47	4	7	3	27	20	7	5	4	5	15	10

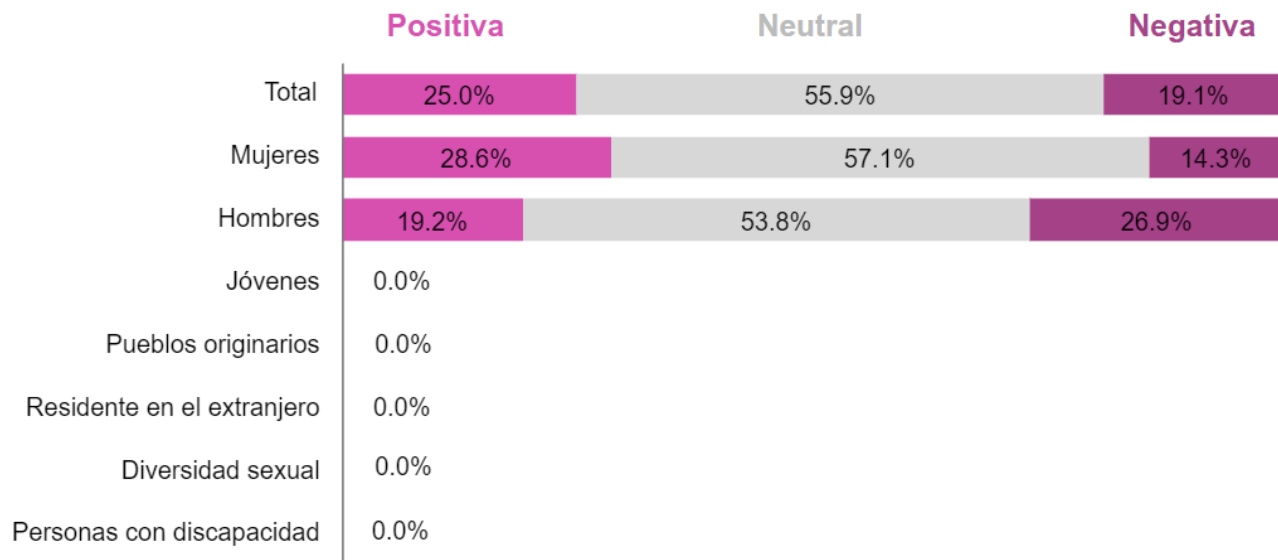
Fuente: Elaboración propia.

### 3.3.2.4 Valoración

De las 46 notas publicadas en portales digitales, 25% tuvieron una valoración positiva, 55.9 % una valoración neutral, y 19.1% tuvieron una valoración negativa. Al separar por el género de las personas candidatas, 19.2% de las notas que mencionan a los candidatos tuvieron una valoración positiva en contraste con el 28.6% de las menciones de las candidatas. Por otro lado, 57.1% de las menciones a mujeres tuvieron una valoración neutra, en contraste con el 53.8% de las menciones a candidatos. Respecto a las notas con valoración negativa, 14.3% de las notas que mencionan a mujeres candidatas tuvieron esta valoración, en contraste con 26.9% de las notas que mencionan a los candidatos. Dado que ninguna nota de portales digitales realizó alguna mención de los grupos de interés ya enlistados, no se pudo realizar una valoración de polaridad de estos.



Figura 50: Porcentajes de polaridad por grupo poblacional



Fuente: Elaboración propia.

### 3.3.3 Análisis de prensa impresa

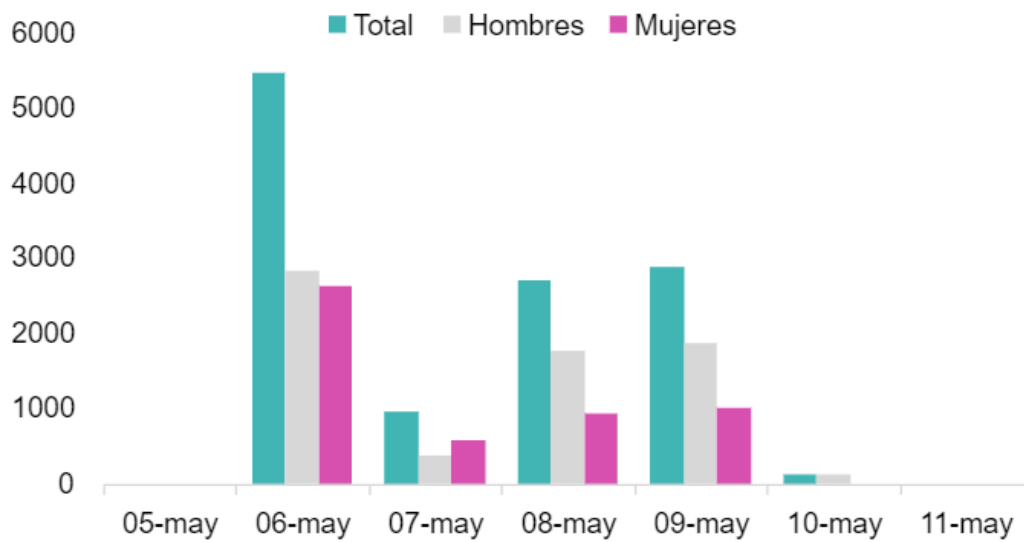
#### 3.3.3.1 Notas totales

Durante el periodo de monitoreo comprendido entre el 5 al 11 de mayo de 2024, se analizaron 37 notas de 9 periódicos y revistas en formato impreso y digital, las cuales dedicaron un área total de 12 mil centímetros cuadrados para artículos que hablan o mencionan a las personas candidatas diputaciones locales en Jalisco. En promedio, se destinaron 732 centímetros cuadrados para la redacción de artículos que hablan o mencionan a las personas candidatas para diputaciones locales, teniendo la mayor cantidad el día 6 de mayo con un total de 5 mil centímetros cuadrados de prensa impresa. Segmentando por género, se encontró una cobertura a candidatos hombres con un área de texto equivalente a 7 mil centímetros cuadrados, mientras que las



candidatas recibieron un total de 5 mil unidades. Los días 5 y 11 de mayo no se encontraron notas pertenecientes a diputaciones.

**Figura 51: Total de centímetros cuadrados por fecha de imprenta**



Fuente: Elaboración propia.



### 3.3.3.2 Lenguaje incluyente

Respecto a la cobertura a las personas candidatas pertenecientes a pueblos originarios, residentes en el extranjero, jóvenes, diversidad sexual y con discapacidad no tuvieron cobertura.

**Figura 52: Cobertura de personas candidatas con discapacidad, diversidad sexual, juventudes, residentes en el extranjero y pertenecientes a pueblos originarios**



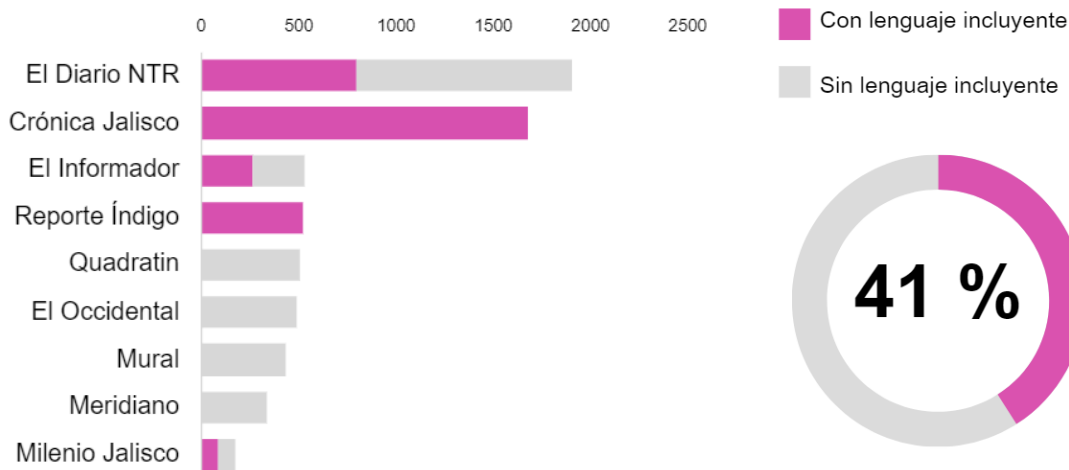
Fuente: Elaboración propia.

Se encontró que el 41% de las notas emplearon lenguaje incluyente para referirse a las personas candidatas, mientras que el 59% de notas ocuparon el término “candidatos” para referirse a las personas candidatas en conjunto.





**Figura 53: Cobertura con lenguaje incluyente de las candidaturas a diputaciones locales**



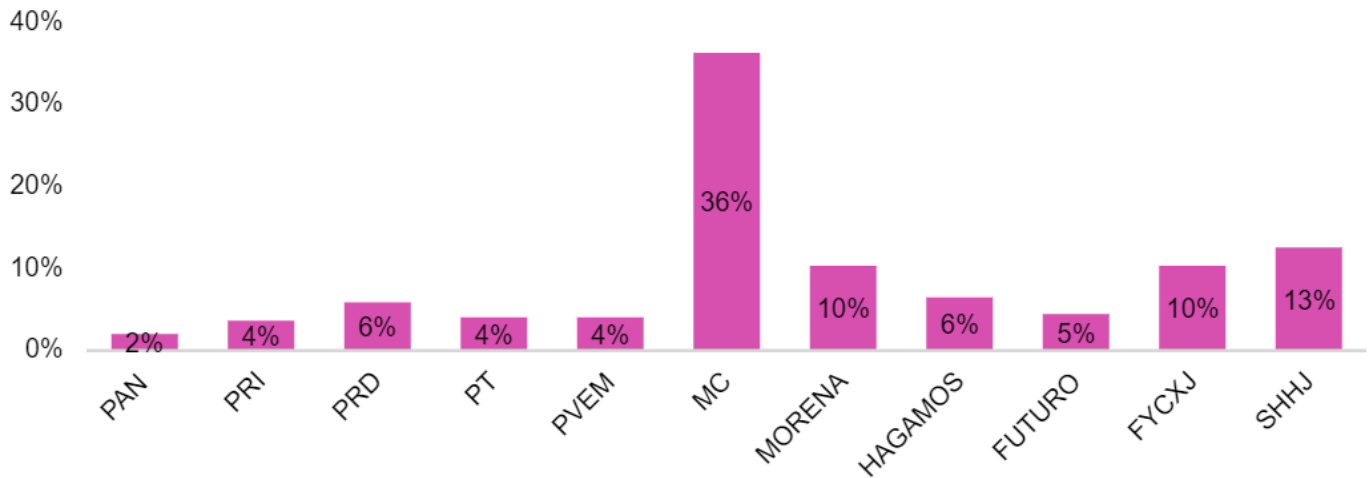
Fuente: Elaboración propia.

### 3.3.3.3 Menciones por partido político o coalición

En cuanto a la cobertura de los partidos políticos en relación con las diputaciones locales durante el periodo de monitoreo del 5 al 11 de mayo, se encontró que MC tuvo la mayor presencia, abarcando el 36% del total de área, lo que equivale a 19 mil centímetros cuadrados. Le siguió MORENA con el 10% de la cobertura. Los partidos PRI, PT y PVEM tuvieron una participación del 4% del área total cada uno. El PRD recibió una cobertura del 6%, mientras que HAGAMOS y FUTURO tuvieron una presencia del 6% y 5%, respectivamente. Las coaliciones FYCXJ y SHHJ reportaron una cobertura del 10% y 13%, respectivamente.



**Figura 54: Porcentaje de menciones a partidos políticos y coaliciones en prensa impresa**



Fuente: Elaboración propia.

El partido político con mayor cobertura fue MC, el cual tiene una cobertura de 6 mil centímetros cuadrados de área de texto. En tanto que MORENA tuvo una cobertura con 1,512 centímetros cuadrados. Los partidos PRI, PT y PVEM recibieron una cobertura similar que oscila en 800 centímetros cuadrados, mientras que FUTURO recibió 900. Los partidos HAGAMOS, PRI y PAN recibieron 1261, 730 y 407 centímetros cuadrados de cobertura, mientras que el PRD obtuvo una cobertura de 627. La coalición SHHJ recibió un área de 2 mil unidades, mientras que FYCXJ recibió 2 mil.



Figura 55: Cobertura de área en las que se mencionan partidos políticos y coaliciones de prensa impresa

	Total	PAN	PRI	PRD	PT	PVEM	MC	MORENA	HAGAMOS	FUTURO	FYCXJ	SHHJ
Crónica Jalisco	2605	0	232	0	0	0	1678	0	232	0	232	232
El Diario NTR	6043	0	90	136	0	0	1924	533	136	0	1391	1833
El Informador	638	0	0	0	0	0	638	0	0	0	0	0
Meridiano	602	0	0	0	0	0	602	0	0	0	0	0
Milenio Jalisco	259	0	0	0	0	0	86	86	0	86	0	0
Mural	7144	407	407	491	809	809	809	893	893	809	407	407
Quadratin	676	0	0	0	0	0	676	0	0	0	0	0
El Occidental	219	0	0	0	0	0	219	0	0	0	0	0
Reporte Índigo	1578	0	0	526	0	0	526	526	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>19764</b>	<b>407</b>	<b>730</b>	<b>627</b>	<b>809</b>	<b>809</b>	<b>6632</b>	<b>1512</b>	<b>1261</b>	<b>896</b>	<b>2030</b>	<b>2472</b>

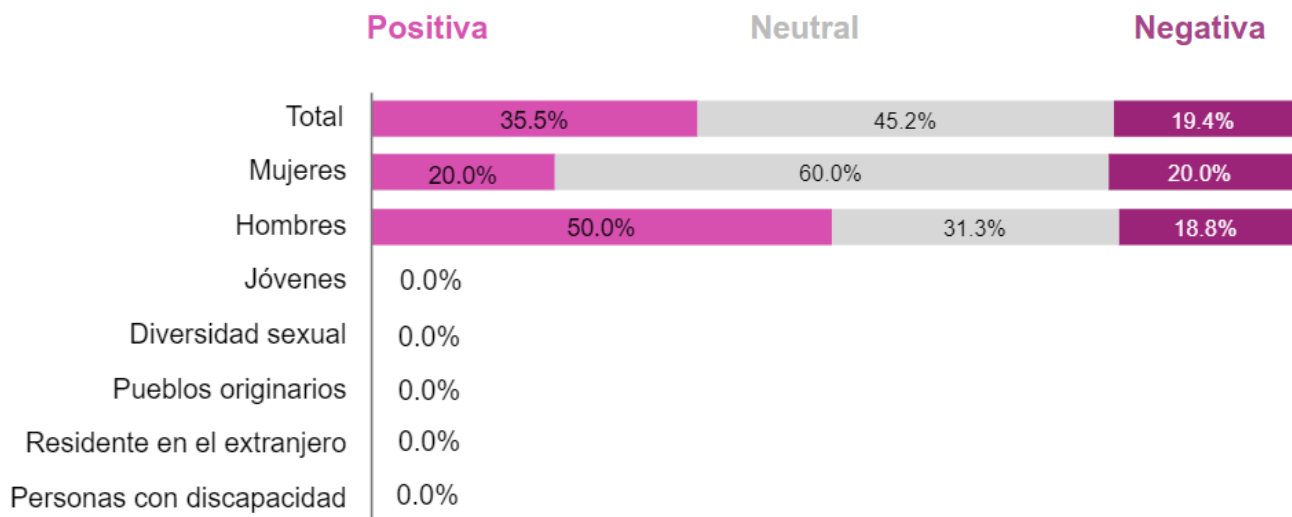
Fuente: Elaboración propia.

### 3.3.3.4 Valoración de prensa impresa

Se analizaron un total de 31 frases, de las cuales 14 tuvieron una valoración neutral, mientras que 6 presentaron una valoración negativa y 11 notas corresponden a una valoración positiva. Segmentando por género, 9 frases que mencionan a candidatas mujeres fueron valoradas como neutrales, mientras que se encontraron 3 frases que fueron catalogadas como positivas y negativas cada una. En cuanto a los candidatos hombres, se encontraron 8 frases que hablan de manera positiva, 5 de forma neutral y 3 como negativa. No se encontraron candidaturas residentes en el extranjero, jóvenes, con discapacidad, diversidad sexual y pertenecientes a pueblos originarios para este periodo.



Figura 56: Porcentaje de polaridad por grupo poblacional de prensa impresa



Fuente: Elaboración propia.



### 3.4 Propuestas de campaña de las personas candidatas a la gubernatura

A continuación se presenta un resumen de las propuestas y temas abordados por las personas candidatas a la gubernatura. En el periodo se sumaron algunos temas que no habían sido abordados con anterioridad, mientras que, en otros casos, se repiten algunas de las propuestas, especialmente las emblemáticas.

PERSONA CANDIDATA	TEMAS ABORDADOS O PROPUESTAS
Pablo Lemus (MC)	<ul style="list-style-type: none"><li>● Hace referencia a una serie de programas y acciones en Guadalajara y Zapopan, en apoyo a las mujeres.</li><li>● Plantea la implementación de subsidios para guarderías hasta capacitaciones y proyectos de emprendimiento</li><li>● Busca fortalecer la posición de las mujeres en la sociedad y prevenir la violencia de género.</li><li>● Asegura que proporcionará herramientas para reaccionar ante situaciones de riesgo. Su visión incluye extender estos programas a todo Jalisco, con el objetivo de empoderar a las mujeres y apoyar a las más vulnerables<sup>1</sup>.</li><li>● Ofrece remodelar las escuelas de educación básica, proporcionar tabletas electrónicas a los estudiantes y mejorar el ancho de banda de las escuelas para garantizar internet gratuito de alta velocidad.</li><li>● Garantiza la ejecución de apoyos para ganaderos, productores de maíz, pescadores y apicultores, así como la protección del Lago de Chapala<sup>2</sup>.</li></ul>

<sup>1</sup> Quadratin (11 de mayo, 2024). Pablo Lemus y su trabajo por las mujeres de Jalisco.

<sup>2</sup> Quadratin (10, mayo, 2024). Anuncia Pablo Lemus infraestructura carretera y hospitalaria para La Barca y Jamay.



	<ul style="list-style-type: none"><li>● Pone sobre la mesa duplicar el presupuesto cultural en 2025, crear una "Escuela de Artes estatal", y fomentar la cultura en los 125 municipios.</li><li>● Siguiendo aumentar el presupuesto en la historia para el campo, incrementar fideicomisos y crear fondos especiales para productores y ganaderos, además de mejorar la maquinaria y construir unidades de riego<sup>3</sup>.</li></ul> <p>En su visita a San Pedro Tlaquepaque el candidato por la gubernatura presentó los siguientes compromisos:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Se compromete a construir un nuevo hospital y remodelar todos los planteles educativos, proporcionando tabletas electrónicas para facilitar la educación digital.</li><li>● Anuncia la creación de un Centro Colmena para ofrecer talleres de oficios y fortalecer el tejido social.</li><li>● Busca la extensión de la Línea 1 del Tren Ligero hasta San Agustín y la construcción de la Línea 5 para conectar Tlaquepaque con el Centro Histórico de Guadalajara<sup>4</sup>.</li></ul> <p>Durante su recorrido por los municipios de Jamay y La Barca, Lemus (MC) expone cuatro propuestas:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Promete la implementación de módulos de maquinaria y un Hospital Regional, así como un fideicomiso para productores de maíz y pescadores.</li><li>● Contempla la rehabilitación de carreteras estatales y federales para mejorar la conectividad en la zona.</li><li>● Informa sobre la construcción de un nuevo Hospital Regional en La Barca.</li></ul>
--	---

<sup>3</sup> Milenio. (08 de mayo, 2024). Laura Haro plantea fortalecer a las organizaciones civiles.

<sup>4</sup> Quadratin. (09 de mayo, 2024). Un nuevo hospital para Tlaquepaque, promete Pablo Lemus.



	<ul style="list-style-type: none"><li>• Menciona la implementación de un programa para construir viviendas económicas en terrenos municipales.</li></ul>
<b>PERSONA CANDIDATA</b>	<b>TEMAS ABORDADOS O PROPUESTAS</b>
Laura Haro (FYCXJ)	<p>Durante su visita a Mascota y Mixtlán destacó las siguientes propuestas:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Busca apoyar al sector agrícola, a su vez, resalta la tecnificación del campo.</li><li>• Desea aumentar apoyos a agricultores y ganaderos, y entregar maquinaria para evitar corrupción.</li></ul> <p>En Mixtlán consideró las presentes propuestas de campaña:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Plantea brindar becas para jóvenes rurales.</li><li>• Asegura ser quien abrirá hospitales regionales y modernizará la infraestructura ya existente, además en este sentido, busca homologar salarios médicos.</li><li>• Destaca la importancia de proporcionar apoyo dental, oftálmico y auditivo gratuito a adultos mayores, así como remuneración a amas de casa.</li><li>• Firma compromisos sobre servicios médicos, suministro de agua, apoyo al campo y mantenimiento de áreas deportivas<sup>5</sup>.</li></ul> <p>En CU-Costa de la UdeG, realizó diferentes anuncios concretos de su proyecto de gobierno:</p>

<sup>5</sup>La voz del Sur (10, mayo, 2024). Laura Haro promete apoyos al campo en Mascota y Mixtlán.



- Promete apoyar a jóvenes y mujeres, comprometiéndose a mejorar educación y empleabilidad.
- Pretende trabajar con universidades y el sector privado para innovar en Jalisco, y proporcionar becas y apoyos a emprendedoras y madres universitarias.
- Enfoca sus preocupaciones en fortalecer las organizaciones de la sociedad civil mediante un reglamento de ley para su participación en asuntos públicos. Su plan incluye asignar presupuesto al Comité de Fomento y Participación, crear una plataforma de registro único y ofrecer capacitación en beneficio público.

Se reportó a su vez cómo, en Zapotlanejo, comparte los siguientes ejes de gobierno:

- Se compromete a destinar 150 millones de pesos para obras públicas, modernizar el sistema hidráulico para garantizar el abastecimiento de agua y construir espacios seguros para mujeres víctimas de violencia de género.
- Hace un llamado a votar por la coalición PRI, PAN y PRD, instando a cada persona a invitar a 10 más para aumentar la participación electoral.
- Advierte sobre la falta de confiabilidad en las encuestas y destacó la necesidad de mejorar el Centro Histórico de Zapotlanejo.
- Enfatiza la importancia de abastecer medicamentos en casas de salud y apoyar a emprendedores<sup>6</sup>.

Al presentarse en Jocotepec, la candidata subraya las siguientes iniciativas:

<sup>6</sup>Quadratin (07de mayo, 2024). Promete Laura Haro 150 mdp para obra pública en Zapotlanejo.





	<ul style="list-style-type: none"><li>• Destaca la importancia de la cultura de paz y el desarrollo comunitario como medidas para combatir la violencia.</li><li>• Ofrece el presupuesto más grande para el saneamiento del agua y la promoción de su cuidado, así como el uso de tecnología para el campo y la industria.</li><li>• Renueva su compromiso de ser una gobernadora comprometida con el bienestar de Jalisco, promoviendo inversiones responsables y respetuosas del medio ambiente<sup>7</sup>.</li></ul> <p>En el municipio de Juanacatlán, expone las siguientes propuestas de campaña:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Se compromete a proporcionar 3 mil millones de pesos para el saneamiento del Río Santiago y la reconfiguración del sector del agua en la entidad.</li><li>• Enfatiza en un enfoque ambiental y territorial, prometiendo concluir obras para recolectar el 100% de aguas residuales del Área Metropolitana de Guadalajara.</li><li>• Presenta su iniciativa "Salario Rosa" para apoyar a mujeres dedicadas al hogar o cuidado de familiares, y prometió mejorar condiciones laborales y salariales del personal médico en áreas rurales.</li></ul> <p>Durante su visita a la Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA), Haro (FYCXJ) se comprometió con la ciudadanía al presentar las siguientes iniciativas:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Destaca la necesidad de crear condiciones favorables para jóvenes emprendedores, anunciando la creación de</li></ul>
--	---

<sup>7</sup> Vallarta Opina Digital (11 de mayo, 2024). Promete Laura Haro invertir en el tema del agua y el lago de Chapala.



	<p>la Secretaría de Atención a las Juventudes para respaldarlos en sus negocios desde la universidad.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Asegura la creación de un fondo de mil millones de pesos en colaboración con aceleradoras nacionales e internacionales, facilitando la concreción de proyectos emprendedores a corto plazo.</li><li>● Subraya el derecho de todos los jóvenes a emprender y el papel del gobierno como facilitador<sup>8</sup>.</li></ul>
<b>PERSONA CANDIDATA</b>	<b>TEMAS ABORDADOS O PROPUESTAS</b>
<p>Claudia Delgadillo (SHHJ)</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Busca aumentar la cantidad de directivos y plazas complementarias en escuelas públicas para cumplir funciones, reducir duplicidad de programas académicos para aliviar carga laboral, simplificar administración para ahorrar gastos excesivos y basificar a maestros con años de trabajo, eliminando la doble carga horaria impuesta.</li><li>● Desea mejorar las condiciones laborales, optimizar el sistema educativo y garantizar una educación de calidad en el estado<sup>9</sup>.</li><li>● Afirma la creación de un sistema de educación dual y aumentar la inversión en infraestructura vial y mejorarlo en Zapotlanejo, colaborando con el gobierno federal para rehabilitar carreteras.</li></ul>

<sup>8</sup>La voz del Sur. (08 de mayo, 2024). Haro promete apoyos y fondos especiales a los emprendedores.

<sup>9</sup> La voz del Sur. (06 de mayo, 2024). Claudia Delgadillo promete plazas y simplificar cargas administrativas a maestros.



	<ul style="list-style-type: none"><li>● Rechaza acusaciones sobre estar ebria en un mitin, atribuyendo el incidente a su trasplante de riñón y al calor<sup>10</sup>.</li></ul> <p>En una reunión con empresarios en Jalisco, la candidata resalta las siguientes iniciativas:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Discute la gestión estatal del Sistema de Agua Potable en Puerto Vallarta y la reactivación del Fideicomiso de Turismo.</li><li>● Propone proyectos como el nodo vial en Las Juntas y el puente Federación con Nayarit y el Gobierno Federal.</li><li>● Planea mesas de trabajo con ingenieros para acelerar proyectos, incluyendo la renovación del colector pluvial.</li><li>● Prioriza dotar al Hospital Regional con medicamentos y recursos. Por su parte, considera convertir a Vallarta en un destino de turismo médico internacional<sup>11</sup>.</li></ul> <p>En otro evento, durante su encuentro con ejidatarios en Zapopan, la candidata hace notar las siguientes propuestas de campaña:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Plantea implementar estudios de tierras para promover cultivos adecuados y proteger el ecosistema.</li><li>● Busca liderar una reforma integral en el sistema educativo de Jalisco, enfocando recursos en estudiantes y docentes.</li><li>● Anuncia la eliminación del programa RECREA que, según la candidata, desvía fondos hacia negocios</li></ul>
--	--

<sup>10</sup> Conciencia pública (07 de mayo, 2024). Laura Haro promete apoyos a jóvenes y mujeres en CU-Costa.

<sup>11</sup> El diario NTR Guadalajara (05 de mayo, 2024). Claudia Delgadillo dialoga con empresarios sobre SEAPAL y fideicomiso turístico.



	<p>opacos, por lo que plantea redirigir esos recursos a la educación.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Confirma la ampliación del programa de mochilas con útiles y un plan de alimentación diaria para estudiantes de educación básica.</li><li>● Presenta compromisos concretos para mejorar condiciones laborales de los maestros, incluyendo inversión en Promoción Horizontal y creación de nuevas plazas.</li><li>● Garantiza el respeto a los derechos laborales y la estabilidad en retiros y pensiones. Su propuesta busca retribuir el esfuerzo de los maestros y mejorar la calidad educativa en Jalisco<sup>12</sup>.</li></ul> <p>Además, durante un recorrido por el municipio de Tonalá:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Contempla construir un centro integral para niños con autismo.</li><li>● Promete incluir el proyecto de la asociación Autismo Corazón Azul A.C si llega al gobierno.</li><li>● Expone su iniciativa que consta en ampliar la Línea 2 del Tren Ligero, renovar luminarias y pavimentar calles.</li><li>● Critica la gestión actual del sistema de agua y denunció el descuido de Tonalá como vertedero de basura, por lo que los ciudadanos expresaron su apoyo y esperanza en sus promesas de cambio<sup>13</sup>.</li></ul>
--	---

Fuente: Elaboración propia.

<sup>12</sup> El diario NTR Guadalajara (10 de mayo, 2024). Claudia Delgadillo promete reformar la educación en Jalisco.

<sup>13</sup> Quadratin (10 de mayo, 2024). Claudia Delgadillo promete crear un centro de atención de autismo en Tonalá, Jalisco.



### **3.5 Propuestas de campaña de las personas candidatas a presidencias municipales**

En este apartado se presentarán las propuestas de las personas candidatas a las presidencias municipales de Jalisco las cuales se han ordenado por partido político o coalición. La cobertura mediática sobre las candidaturas de la ZMG: Guadalajara, Zapopan, Tlaquepaque, Puerto Vallarta y Lagos de Moreno fue constante en cada partido y coalición, sin embargo, en frecuencia de aparición en radio, televisión, medios digitales e impresos es más frecuente leer y escuchar sobre el partido MC y la coalición SHHJ. La modalidad discursiva, tanto en medios escritos como digitales y audiovisuales, fue el discurso directo de las candidaturas.

#### **3.5.1 Propuestas MC**

##### **3.5.1.1 Guadalajara**

La candidata a la presidencia municipal de Guadalajara, Verónica Delgadillo (MC) habló sobre la importancia de la cultura. Considera que para lograr una transformación social y de justicia social, es necesario que llegue a todos los rincones de Guadalajara, mediante la construcción de mejores comunidades y espacios públicos que mejoren la paz social de Guadalajara. En sus redes sociales transmitió una charla con una joven tapatía que impulsa temas culturales. En esta transmisión se comprometió a tener una oferta cultural para toda la ciudad y que llegue hasta esos pequeños rincones de la ciudad:

“(…) que podamos tener un lugar en donde los chavos y las chavas con potencial o con ganas o que simplemente quieran expresarse, quieran aprender, quieran explotar sus talentos; puedan encontrar orientación y bueno, a mí me va a dar gusto que se pueda volver un lugar accesible para todos aquellos que quieran dejar huella en diferente sentido ya sea en el arte, en la cultura, en el emprendimiento”<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> *Hechos Meridiano Jalisco*.(6 de mayo, 2024). Propuesta en el tema cultural para Guadalajara. Tv Azteca.



La candidata plantea fortalecer los grandes eventos culturales en el centro debido a que dejan una sustanciosa derrama económica, beneficiando a todas y todos los tapatíos. En el Hospicio Cabañas participó en una clase masiva de baile con ritmos latinos para impulsar la activación impresa.

Verónica Delgadillo (MC) continuó con su campaña en la Glorieta Minerva y convocó a sus simpatizantes a quienes invitó a votar el próximo 2 de junio por las candidaturas del partido naranja en todo el estado. Les pidió que siguieran las propuestas que realizará para llegar a ser presidenta municipal de Guadalajara y compartió su sentir con respecto a lo que considera la recta final de las campañas:

“(…) puestísima, y estamos prácticamente a cuatro domingos, a partir de mañana vamos a estar cuatro semanas de la elección, por supuesto que eso me emociona muchísimo, no sé cómo se sientan ustedes, yo estoy emocionada, estoy agradecida, estoy contenta, sí creo que debemos darlo todo en estas cuatro semanas que nos quedan”<sup>15</sup>.

### 3.5.1.2 Zapopan

El candidato a la presidencia de Zapopan, Juan José Frangie (MC) visitó el ejido El Cimarrón y presentó sus propuestas para el campo donde recordó su compromiso con el sector del campo. Declaró que, de ganar las elecciones, creará una bolsa presupuestal de 100 millones de pesos para apoyar al campo en temas de productividad, maquinaria y un fondo de garantía para la protección de precios de las y los productores. Asimismo, mencionó que creará un grupo de jóvenes del campo en el que otorgará becas para estudiar y apoyos para nuevos proyectos con el fin de hacer más productivo el campo zapopano. Finalmente, informó que invertirá en infraestructura e impulsará programas que incentiven el ecoturismo en las zonas rurales del municipio<sup>16</sup>.

---

<sup>15</sup> Radio UdeG, 104.3 FM (6 de mayo, 2024). La recta final de las campañas. *Radio UdeG Señal Informativa Nocturna*.

<sup>16</sup> Buenos días Jalisco. (7 de mayo, 2024). Propuestas para el campo. *Jalisco TV*.



### 3.5.1.3 Tlaquepaque

La candidata a la presidencia municipal de Tlaquepaque, Citlalli Amaya (MC) visitó la colonia Guayabitos para presentarles su compromiso con la ciudad, menciona que, en caso de ganar la presidencia municipal, seguirá impulsando el talento de los habitantes de Tlaquepaque y generando las herramientas para mejorar su calidad de vida. Asimismo, se comprometió con las infancias y las juventudes dignificando los espacios deportivos de la zona para que puedan realizar deporte en un espacio limpio y seguro<sup>17</sup>.

### 3.5.1.4 Lagos de Moreno

La candidata a la presidencia municipal de Teocaltiche, Cecilia Ruvalcaba Mercado (MC) ha recorrido las colonias, localidades y comunidades del municipio con una característica libreta de color naranja donde anota las peticiones que le expresan las personas residentes, misma que digitalizó y presentó en redes sociales con la posibilidad de que la ciudadanía le escriba y le haga llegar propuestas para luego integrarlas a su plan de gobierno. En el medio Radio UdeG<sup>18</sup> se mencionó que, durante la semana, Ruvalcaba dio a conocer los ejes que responden a las necesidades que le ha reportado el electorado, pero no se menciona cuáles son. En sus redes sociales solo hace hincapié en el segundo eje: fomentar el desarrollo de las personas por medio de la creación de la Escuela Municipal de Artes y Oficios; y en el tercero: desarrollar la comunidad a través de brigadas de salud y acceso a medicamentos y a servicios básicos<sup>19</sup>.

---

<sup>17</sup> Buenos días Jalisco. (7 de mayo, 2024). Citlalli Amaya visitó la colonia Guayabitos y prometió mejorar los espacios deportivos. *Jalisco TV*.

<sup>18</sup> Radio UdeG, 104.3 FM (6 de mayo, 2024). La recta final de las campañas. *Radio UdeG Señal Informativa Nocturna*.

<sup>19</sup> Radio UdeG, 104.3 FM (6 de mayo, 2024). La recta final de las campañas. *Radio UdeG Señal Informativa Nocturna*.



## 3.5.2 Propuestas FYCXJ

### 3.5.2.1 Guadalajara

La candidata por la presidencia municipal de Guadalajara, Diana González (FYCXJ), dijo que su estrategia de seguridad será integral. Por una parte, robustecerá la capacidad de las fuerzas de seguridad con mejor capacitación y recursos, aunado a la implementación de programas de prevención del delito que involucren a la comunidad. Esto incluye la educación y las actividades recreativas para las juventudes, además de mejorar la iluminación y la infraestructura en áreas verdes de la ciudad.

En las instalaciones del Arzobispado donde se reunió con el Cardenal José Francisco Robles Ortega asegura que visualiza una ciudad mucho más humana, segura y próspera. A la ciudadanía que aún no está convencida de a quién darle su voto les envió un mensaje:

“Quiero que cada ciudadano de Guadalajara sepa que mi compromiso es con ustedes, con su bienestar y con su futuro. Juntos podemos construir la ciudad más segura, humana, próspera, ordenada y verde; donde personas, la vida, la familia están al centro de las decisiones. Les pido su confianza y su voto para hacer realidad esta visión. Podemos cambiar las cosas, no estamos condenados a vivir en la indolencia y la mentira. Les pido que juntos construyamos con generosidad la paz y la calidad de vida que merecemos nosotros y nuestras familias para poder desarrollarnos en la dignidad que nos viene de Dios”<sup>20</sup>.

En materia de infraestructura La candidata González Martínez (FYCXJ) propuso un programa de bacheo intensivo para arreglar las calles tapatías, esto lo mencionó ante vecinos y vecinas que coincidieron en que la seguridad, la gestión de residuos y las vialidades en mal estado son los principales problemas de Guadalajara. Y agregó:

“Les quiero decir que no vamos a perder la esperanza, queremos un Guadalajara que nos asegure que nuestros niños regresen a la casa. Un Guadalajara donde se les dé buena educación, donde tengan espacios para salir a jugar y que el dinero nos ajuste

---

<sup>20</sup> Semanario Arquidiocesano. (5 de mayo, 2024). Programas de prevención del delito para la comunidad.





para cubrir todas sus necesidades y nuestros niños puedan ser felices. Juntos tú y yo, para nuestros hijos, podemos hacer de Guadalajara la mejor ciudad para vivir”<sup>21</sup>.

### 3.5.2.2 Zapopan

El candidato por la presidencia municipal de Zapopan, Óscar Santos Rizo (FYCXJ) se reunió con residentes del fraccionamiento Valle Real en donde les escuchó decir que existe un crecimiento desordenado del municipio. Ante esta petición respondió que trabajará en estrecha colaboración con toda la Villa Maicera para impulsar un desarrollo urbano eficiente y responsable de la ciudad. Asimismo, publicó fotografías en sus redes sociales sobre este encuentro y agregó que se necesita un gobierno que escuche, que esté presente y que dé resultados, aseguró que, con su gobierno, lo tendrían<sup>22</sup>.

### 3.5.2.3 Tlaquepaque

El candidato a la presidencia municipal de Tlaquepaque, Efraín Cortés (FYCXJ) se reunió con las y los vecinos de la delegación López Cotilla para compartir las estrategias de su campaña y recuperar los “años dorados” de la zona. Se comprometió con los y las habitantes de la delegación para mejorar las condiciones actuales en materia de servicios públicos como la mala calidad del agua potable . Afirma contar con un plan estratégico de seguridad con el objetivo de regresar la tranquilidad. Tras su paso por las calles de la entidad, Cortés agradeció el apoyo brindado y el recibimiento por parte de las y los residentes que se reunieron a conversar con él<sup>23</sup>.

---

<sup>21</sup> Radio UdeG, 104.3 FM (6 de mayo, 2024). Diana Araceli González Martínez propuso un programa de bacheo intensivo. *Radio UdeG Señal Informativa Nocturna*.

<sup>22</sup> Jalisco Noticias. (9 de mayo, 2024). Óscar Santos se compromete a abordar crecimiento desordenado de Zapopan.

<sup>23</sup> Buenos días Jalisco. (7 de mayo, 2024). Efraín Cortés se reunió con vecinos de López Cotilla. *Jalisco TV*.



### 3.5.2.4 Lagos de Moreno

La candidata a la presidencia municipal de Teocaltiche, Silvia Margarita Villalobos Delgado (SHHJ), actualmente regidora con licencia ha llevado su campaña por la cabecera y el interior del municipio con el lema “No me rajo”. En el medio Radio UdeG<sup>24</sup> se dijo que Villalobos presentó los ocho ejes estratégicos de su campaña a través de redes sociales, cada una con diferentes propuestas encaminadas a mejorar el municipio; no obstante, eluden mencionar durante la emisión cuáles son estos ejes. Además, en un monitoreo posterior en las principales redes como: *Facebook*, *Instagram* y *X*, no se encontraron perfiles con el nombre de la candidata ni los ejes que se mencionan en la emisión. No se conoce de otro medio que hubiese replicado esta información.

### 3.5.3 Propuestas SHHJ

#### 3.5.3.1 Guadalajara

El candidato a la presidencia municipal de Guadalajara, “Chema” Martínez (MORENA) estuvo en La Casa del Artista en donde aseguró que es necesario recomponer el tejido social por medio del arte, la sana convivencia y los espacios públicos seguros, esto logrará que menos jóvenes recurran a las filas de la delincuencia. Asimismo, dio a conocer la propuesta Nidos del Sistema Municipal de Cuidados que implica la implementación de programas para atender y acompañar en temas de salud mental. En temas de seguridad mencionó que buscará que se regrese la cercanía entre la policía y la sociedad<sup>25</sup>.

El candidato presenció el pase a la final de Los Leones Negros de la liga expansión en el Estadio Jalisco, donde, refrendó su apoyo a los jóvenes que se le acercaban, les reiteraba su afán de buscar apoyarlos una vez que llegue a la alcaldía de Guadalajara.

---

<sup>24</sup> Radio UdeG, 104.3 FM (6 de mayo de 2024). La recta final de las campañas. *Radio UdeG Señal Informativa Nocturna*.

<sup>25</sup> Tv Azteca. (6 de mayo, 2024). Propuesta en el tema cultural para Guadalajara. *Hechos Meridiano Jalisco*.



Enfatizó que en su gobierno habrá total y real apoyo a los jóvenes tapatíos, pues asegura que en él encontrarán un aliado que los escuchará e impulsará. Recordó que ofrecerá titulación gratuita a las juventudes que por alguna razón no han podido sacar su título universitario. También mencionó que impulsará la creación de clínicas de salud mental que atiendan las 24 horas para cuando sea necesario y cualquier joven lo requiera<sup>26</sup>.

En su visita a la colonia Insurgentes, Chema (SHHJ) propuso realizar una nueva estrategia en el tema de la recolección de basura para tener una Guadalajara limpia y señaló:

“(...) hoy estamos aquí en la colonia Insurgentes, tocando puertas con mucha alegría, con mucha esperanza, pero también con una decepción enorme con Movimiento Ciudadano. Vean nada más cómo tienen la ciudad, es así exactamente, el trato que le da a las tapatías y a los tapatíos, esto no lo vamos a permitir, queremos una Guadalajara limpia, una Guadalajara de oportunidades y también próspera, pero con dignidad. Así que, a darle, vamos a darle”<sup>27</sup>.

### 3.5.3.2 Zapopan

El candidato a la presidencia municipal de Zapopan, Pedro Kumamoto (SHHJ) participó en un evento masivo junto con Tatiana Clouthier el fin de semana. Clouthier lanzó una invitación a los 700 asistentes, según su cálculo, para que convencieran a votar por su coalición a una persona por día. Tatiana aseveró que la Cuarta Transformación debe de hacerse a través de las diputaciones locales, federales, senadurías, presidencias municipales, gubernatura y presidencia federal. Kumamoto continuó su campaña con las personas residentes de Mesa de los Ocotes y de El Vigía, visitó sus tianguis y sus canchas de fútbol para dar a conocer la encuesta de Electoralia basada en 2 mil 500 entrevistas con un margen de 1.6% en la que se dice que cuenta con el 43% de la

<sup>26</sup> Buenos días Jalisco. (7 de mayo, 2024). Propuestas para jóvenes. *Jalisco TV*.

<sup>27</sup> Radio UdeG, 104.3 FM (6 de mayo, 2024). “Chema” busca encabezar la alcaldía de la capital del estado. *Radio UdeG Señal Informativa Nocturna*.



preferencia del electorado, en contraste con 38% de Frangie (MC)<sup>28</sup>.

### 3.5.3.3 Tonalá

El candidato a la presidencia municipal de Tonalá, Sergio Chávez (MORENA) hizo un recorrido por el centro del municipio a donde planteó el tema de seguridad. De manera somera, también mencionó la salud, la educación y la atracción para inversión como ejes a los que hay que darles continuidad.

Desde su punto de vista, las cámaras de video vigilancia son la estrategia ideal para reforzar la seguridad en el municipio. Señaló que, aunque el municipio ha logrado bajar la percepción de inseguridad de acuerdo con datos de la última encuesta del INEGI es necesario reforzar la seguridad con recursos. Afirma que, de resultar electo, adquirirá 2 mil cámaras de vigilancia para combatir la delincuencia e implementará tecnología de punta. En sus palabras:

“Hoy necesitamos migrar a las cámaras, y van a ver que más de la mitad de los delitos comunes como el que le arrebató el celular, el que le quita el espejo del carro, el que se mete a la casa y se lleva la licuadora, a esos, los vamos a atacar con cámaras”<sup>29</sup>.

### 3.5.3.4 Puerto Vallarta

El candidato a la presidencia municipal de Puerto Vallarta, Ramón Guerrero “El Mochilas” (SHHJ) se reunió con personas vecinas de la colonia Pedrera, parte alta. Inició planteando la extorsión que las y los comerciantes parecen por parte de la familia Michel para luego plantear sus iniciativas. Quiere ser el presidente municipal que termine con la corrupción en el abasto del agua potable, construir calles, tener estancias infantiles de 24 horas para que las familias vallartenses tengan en dónde dejar a sus hijos e hijas mientras van a trabajar y a construir un patrimonio. En ese

---

<sup>28</sup> Buenos días Jalisco. (7 de mayo, 2024). Resumen de encuentros con la ciudadanía. *Jalisco TV*.

<sup>29</sup> Buenos días Jalisco. (7 de mayo, 2024). Resumen de encuentros con la ciudadanía. *Jalisco TV*.



rubro añadió que apoyará a las familias con un programa de vivienda que les proporcione un capital semilla y un pago “cero” en la licencia de construcción. También les apoyará con el programa “Mochilas con útiles” que les proporcionará útiles y zapatos a las infancias en edad escolar. Finalmente, se comprometió a mejorar el transporte público y las vialidades de Vallarta<sup>30</sup>.

### 3.5.3.5 Lagos de Moreno

El candidato a la presidencia municipal de Teocaltiche, Juan Manuel Vallejo Pedroza (SHHJ), también conocido como “Meño Vallejo” es el actual presidente municipal con licencia, y busca reelegirse. En el medio Radio UdeG se señaló que Vallejo publicó en redes sociales a las personas que conforman su planilla: seis mujeres y seis hombres, sin embargo, no menciona sus nombres. Entre sus propuestas destacan el impulso al sector salud, pues señala la profunda necesidad de atención médica y el rezago en el suministro de medicamentos que aqueja a la ciudadanía de Teocaltiche<sup>31</sup>.

## 3.6 Incidencias

### 3.6.1 Reacciones alrededor del debate entre personas candidatas a la gubernatura

Tras la celebración del tercer debate entre las personas candidatas a la gubernatura de Jalisco, los análisis y reacciones dominaron la cobertura de la semana. Persiguiendo fines analíticos, es posible analizar lo ocurrido tras el debate siguiendo un esquema de dos puntos:

i) las reacciones ante las propuestas de las candidatas y el candidato; y, ii) la polémica

---

<sup>30</sup> Noticias por la radio, 93.5 FM (6 de mayo de 2024). Ramón Guerrero “El Mochilas” se reúne con vecinos de la colonia Pedrera. *Patrona Red*.

<sup>31</sup> Radio UdeG, 104.3 FM (6 de mayo de 2024). La recta final de las campañas. *Radio UdeG Señal Informativa Nocturna*.



suscitada entre el candidato Pablo Lemus (MC) y la candidata Laura Haro (FYCXJ).

Respecto a las propuestas presentadas por las candidatas y el candidato, los medios de comunicación resaltaron algunos de los dichos en materia de salud, vivienda y empleo. En algunos casos, recuperaron propuestas específicas, como el caso del proyecto del primer empleo, impulsado por el candidato Pablo Lemus (MC)<sup>32</sup>. En otros casos, hicieron notar cómo las personas candidatas intentaban capitalizar los proyectos presentados por sus partidos o coaliciones a nivel federal, -es el caso de la candidata Claudia Delgadillo (SHHJ)- o bien, recordarle al electorado sus logros en otras administraciones – como en el caso de Lemus (MC), quien hizo referencia a su trayectoria como alcalde<sup>33</sup>.

Sin embargo, analistas, especialistas y otros grupos consultados por los diferentes medios de comunicación coincidieron en que el debate fue pobre en términos de propuestas. En algunos casos, personas expertas en los temas tratados aseguraron que las candidatas y el candidato llegaron con propuestas improvisadas y poco viables, ya sea porque se pronunciaron sobre temas que no son competencia del nivel de gubernatura<sup>34</sup>, -como algunas decisiones presupuestales- o porque sobran los “qués”, pero escasean los “cómos”<sup>35</sup>.

La deuda de las candidatas y el candidato en términos de propuestas es aún más reprochada por las y los especialistas que consideran que Lemus (MC), Delgadillo (SHHJ) y Haro (FYCXJ) prefirieron la confrontación y la polémica, sobre exponer detalles de sus proyectos de gobierno. Y es que, la confrontación entre las personas candidatas atrajo la mayor parte de la atención en la cobertura postdebate. Entre las piezas informativas que hicieron referencia al tono confrontativo con el que se desarrolló parte de esta discusión, resaltan un conjunto de aspectos recurrentes, que se discuten enseguida.

Primero, diversas piezas informativas reparan en el pacto de civilidad que habían

---

<sup>32</sup> Hechos Meridiano Jalisco. (6 de mayo, 2024). Azteca 1 Jalisco.

<sup>33</sup> Idem

<sup>34</sup> El Informador. (5 de mayo, 2024). Improvisan en el tercer encuentro.

<sup>35</sup> Milenio. (5 de mayo, 2024). Ven desempeño bueno de Lemus.



firmado las personas candidatas apenas unos días antes del debate, con el que se comprometían a hacer campañas que promovieran la paz y el diálogo<sup>36</sup>. En estos casos, se recapitula tanto la firma del pacto, como la forma en la que, durante el debate, las candidatas y el candidato lo pasaron por alto.

En ese sentido, llama la atención un cartón publicado el 6 de mayo en el periódico El Informador, en el que su autor, Qucho, ilustra la forma en la que las personas candidatas desconocieron este pacto de civilidad electoral, dibujándolo en el interior de un bote de basura (ver Figura 54). Además de ilustrativo, la imagen sugiere una lectura respecto al escaso respeto que las personas candidatas a la gubernatura mostraron por este acuerdo, el cual tenía el aval del IEPC.

**Figura 57: “Ahí quedó...”, cartón de Qucho, publicado por El Informador**



Fuente: El Informador, 6 de mayo de 2024

<sup>36</sup> El Informador (5 de mayo, 2024). Candidatos olvidan el pacto de civilidad.



En ese mismo tenor, el debate es considerado una “feria de acusaciones”<sup>37</sup> cuyo punto máximo ocurrió cuando Pablo Lemus (MC) y Laura Haro (FYCXJ) se enfrentaron en una disputa que atrajo buena parte de la cobertura mediática no sólo tras el debate, sino a lo largo de la semana. A ese respecto, los medios de comunicación destacaron los señalamientos que hizo Pablo Lemus (MC) sobre ambas candidatas a la gubernatura.

Sin embargo, llamar “Hija de Alito” a la candidata de FYCXJ provocó una reacción notoria por parte de la candidata, la cual fue consignada por los medios de comunicación. En ese sentido, algunos medios de comunicación no sólo recuperaron los dichos de Haro (FYCXJ) durante el debate -cuando tachó a Lemus (MC) de “misógino” y le advirtió que presentaría una denuncia por violencia política por razones de género-, sino que destacaron los cuestionamientos que un conjunto de personas reporteras hicieron a la candidata quien, al llamar “borracho” al candidato presidencial de MC, podría estar incurriendo en esa misma práctica y “frivolizando” la violencia política por razones de género. Laura Haro (FYCXJ) rechazó que los dichos sean equiparables, pero la tensión con las y los reporteros presentes no se disipó, pues la interacción terminó con la candidata diciendo que las personas periodistas “deberían reeducarse en este tema”<sup>38</sup>.

De hecho, lo que debe y no considerarse como violencia política por razones de género fue motivo de algunos análisis, a partir de este caso. Por ejemplo, bajo la premisa de que la línea que divide la violencia política por razones de género y el uso político de esta figura es muy delgada, Jonathan Lomelí, columnista de El Informador, analiza si los dichos de Lemus (MC) en el tercer debate pueden considerarse como lo primero. Para ello, da cabida al debate de si se tratan de faltas reales o de un abuso de esta figura por parte de las candidatas. Además, propone revisar algunos de los principios normativos para entender mejor en qué medida los dichos de campaña realmente constituyen este tipo de violencia. La columna cierra con el ejercicio básico de sustituir a las candidatas por candidatos y preguntarse si la elección de palabras e implicaciones

---

<sup>37</sup> Conciencia Política. ( 6-12 de mayo de 2024). Entre Olvidos y Controversias.

<sup>38</sup> Buenos días Jalisco. (7 de mayo, 2024). Laura Haro terminó su gira en Talpa de Allende. *Jalisco TV*.





habrían sido las mismas. Si fuera el caso, arguye el columnista, no estaríamos ante un caso de violencia de género. De lo contrario, lo sería. Así, a pesar de discurrir sobre la ambigüedad y confusión que podría rodear estos casos, el candidato Lemus (MC) es llamado por el autor a reflexionar “ante el espejo”, poniendo en duda que Lemus (MC) le daría un trato semejante a un oponente hombre<sup>39</sup>.

El episodio siguió generando notas, columnas y reacciones a lo largo de la semana, sin embargo, parece quedar cerrado hacia el final de la semana, cuando Pablo Lemus (MC) ofreció disculpas públicamente a Laura Haro (FYCXJ) y a su padre, y la candidata por la alianza FYCXJ las aceptó. Lemus (MC) se disculpó por “cualquier ofensa que haya podido cometer”, asegurando que lo dicho fue “al calor del debate”, pues respeta a la candidata y a su familia. Haro (FYCXJ), por su parte, aceptó las disculpas diciendo que esta “fiesta de la democracia debe ser en paz”, así que aseguró que, por su parte, podían poner punto final al tema<sup>40</sup>.

Finalmente, algunas piezas informativas retomaron los señalamientos hechos por el candidato al senado Carlos Lomelí (SHH), quien acusó al IEPC de “parcial”, argumentando que durante la transmisión del debate se habría cortado la señal en el momento que Pablo Lemus (MC) agredía a Laura Haro (FYCXJ), sugiriendo en ello intencionalidad para favorecer al candidato de MC<sup>41</sup>. El tema, sin embargo, no cobró más peso en las publicaciones analizadas.

### **3.6.2 Agentes de Guardia Nacional atacan a militantes del PRI**

En una semana en la que el tercer debate parecía haber ocupado la cobertura mediática, más allá de la diversidad de propuestas y eventos de campaña de candidatas y candidatos, llama la atención una nota publicada por El Informador<sup>42</sup>, según la cual, elementos de la Guardia Nacional dispararon en contra de una camioneta en la que viajaban dos candidatas del PRI a regidoras de Villa Purificación,

<sup>39</sup> El Informador. (6 de mayo, 2024). Lemus ante la prueba del espejo.

<sup>40</sup> El Informador. (10 de mayo, 2024). Laura Haro acepta las disculpas de Pablo Lemus.

<sup>41</sup> XEDK-AM 1250, La Informadera. (6 de mayo, 2024). Punto Político.

<sup>42</sup> El Informador. (10 de mayo, 2024). Agentes de la Guardia Nacional atacan a militantes del PRI.



Honeida Alvarado Ramírez y Perla Rosario Gómez Ramírez. A decir de las candidatas, el incidente ocurrió porque, por nerviosismo, no se detuvieron cuando los agentes, que los seguían a bordo de cuatro vehículos, se los indicaron.

Solo resultó herido el chofer de las candidatas, a pesar de que también viajaban otras tres mujeres con ellas. Sin embargo, las candidatas y el partido exigieron a la Fiscalía del Estado, a la Fiscalía General de la República y a la propia Guardia Nacional abrir una investigación para esclarecer lo sucedido. Caso que resulta relevante porque la nota lo acompaña de menciones a otros episodios que enfatizan la violencia política que ha rodeado en parte estos comicios. Primero, señalando que de acuerdo a los partidos políticos al menos 13 municipios son considerados riesgosos para las personas candidatas. Segundo, porque como se consignó en el reporte previo, las solicitudes de protección a personas candidatas han incrementado; y, tercero, porque la violencia política ha sido un tema central en este periodo electoral en Jalisco y en el resto del país. Y es que, la Guardia Nacional es precisamente una de las instituciones responsables de proveer protección a algunas personas candidatas.

## **4. PERSPECTIVA DE GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS**

### **4.1 Observaciones en visibilidad de género**

La visibilidad de quienes participan en el proceso electoral concurrente de manera equitativa y equilibrada en los medios de comunicación es de suma importancia para informar a la ciudadanía. Desde la perspectiva de género, el tiempo, espacio y detalle que se dedica a las mujeres candidatas es un elemento fundamental para que la paridad en las candidaturas se traslade a una igualdad de condiciones entre mujeres y hombres en la contienda electoral. Para ello, en el presente apartado se presenta el análisis de visibilidad de las personas candidatas desagregadas por tipo de candidatura, género y tipo de medio.



#### **4.1.1 En la contienda para la gubernatura del estado de Jalisco**

En los portales digitales se observó que la mayoría está brindando una cobertura equitativa entre las tres personas candidatas a la gubernatura, asignando espacio y profundidad similares a sus actividades y propuestas de campaña.

En la cobertura mediática de radio y TV, se observó que Pablo Lemus (MC) tuvo una presencia más destacada en los medios de radio y televisión comparado con las candidatas Laura Haro (FYCXJ) y Claudia Delgadillo (SHHJ). Esta predominancia se explica principalmente porque el discurso del debate político se centró en acusaciones de violencia política atribuidas a Lemus (MC).

Por lo que hace a la prensa escrita, la cobertura ha sido equitativa, si bien, consideramos que las muchas de las imágenes que utilizan del candidato Lemus (MC) en algunos medios, siguen siendo tomadas rodeado de las ciudadanía, no así las de las candidatas<sup>43</sup>.

#### **4.1.2 En la contienda para presidencias municipales**

Las candidaturas a presidencias municipales presentaron perfiles heterogéneos en términos de representación de género, con una composición variada entre las personas contendientes dependiendo del municipio. En el monitoreo de estas candidaturas realizado en prensa impresa, periódicos y revistas digitales, portales digitales, así como en radio y TV, no se han encontrado tendencias claras de visibilidad de género.

No obstante, se observan distinciones entre los municipios que reciben mayor cobertura mediática, especialmente aquellos que forman parte de la ZMG.

En el caso de portales digitales se encuentra una cobertura más amplia de los municipios, sobre todo en los portales del interior del estado. Por ejemplo, las candidaturas a los municipios de Puerto Vallarta, Yahualica y Tepatlán que tienen poca

---

<sup>43</sup>El Informador. (8 de mayo 2024). Reconoce Pablo Lemus, labor de las mujeres en Jalisco.



visibilidad en otros medios, tuvieron cobertura en Tribuna de la Bahía, Diario de Los Altos de Jalisco y Semanario 7 Días durante este periodo<sup>44</sup>.

Vale la pena comentar el caso de la candidatura al municipio de Tlajomulco de Zúñiga, donde de manera reiterada en prensa escrita, solo se hace referencia a uno de los candidatos, Quirino Velázquez (MC)<sup>45</sup>, dejando de lado las actividades de las demás personas candidatas.

#### 4.1.3 En la contienda para diputaciones locales

En cuanto a las diputaciones locales, el comportamiento del tratamiento mediático presentó una cobertura limitada en prensa impresa, portales y revistas digitales, así como radio y televisión. Ahora bien, estas menciones no suelen profundizar en las propuestas o actividades específicas de las candidaturas a diputaciones locales.

Empero, en el periodo analizado de radio y televisión, fue particularmente notable la participación de diversas personas candidatas a diputación local, primordialmente mujeres en mesas de opinión<sup>46</sup>. Estas discusiones han estado enfocadas en los recientes debates de las candidaturas a la gubernatura del estado de Jalisco, abordando de manera específica el tema de la violencia política de género.

La conversación en torno a las candidaturas locales ha girado principalmente en torno a la poca visibilidad de estas, destacando la necesidad de ofrecerles más atención y espacio en los medios y el anuncio de los preparativos para el debate de las candidaturas a diputaciones locales, programado para el 11 de mayo<sup>47</sup>.

---

<sup>44</sup> Diario de Los Altos de Jalisco. (9 de mayo, 2024). Mujeres de Yahualica arropan a Wendy Limón, se consolida proyecto a días de la elección. Semanario 7 Días. (10 de mayo, 2024). Mujeres trabajadoras, una de las prioridades de Hugo Bravo. Tribuna de la Bahía. (10 de mayo, 2024). Pagará Munguía a Abuelos que cuiden nietos y centro de pernocta para indigentes.

<sup>45</sup> El Informador. (5, 6, 7, 8, 9, 10 y 11 de mayo de 2024).

<sup>46</sup> XHBON-FM 89.5, Fórmula Jalisco Noticias (6 de mayo, 2024).

<sup>47</sup> XHMA-FM 101.1, MVS Noticias Jalisco (7 de Mayo, 2024).

XHGJG-TDT 17.1, Buenos días Jalisco (7 de Mayo, 2024).

XHGJG-TDT 17.1, Buenas tardes Jalisco (7 de Mayo, 2024).

XHMA-FM 101.1, MVS Noticias Jalisco (7 de Mayo, 2024).

XHGJG-TDT 17.1, Buenos días Jalisco (7 de Mayo, 2024).

XHGJG-TDT 17.1, Buenas tardes Jalisco (7 de Mayo, 2024).



## 4.2 Observaciones uso de lenguaje incluyente y no sexista

El uso de lenguaje incluyente y no sexista es fundamental para fomentar igualdad de condiciones entre las personas candidatas a un cargo de elección popular. El uso de neutros, el desdoblamiento y el empleo de los pronombres correctos de cada candidatura fomenta el acceso pleno a los derechos, así como la visibilización de la diversidad de la participación de las candidaturas. A continuación, se presentan los hallazgos en el uso de lenguaje incluyente y no sexista del periodo.

### 4.2.1 En la contienda para la gubernatura del estado de Jalisco

En la cobertura de las elecciones a través de periódicos y revistas digitales, así como en portales digitales y prensa escrita, se ha observado que se mantiene el uso del masculino genérico al referirse a las personas candidatas a la gubernatura, particularmente común en los titulares, por ejemplo: “Candidatos olvidan pacto de civilidad”<sup>48</sup>, aunque al interior de la nota se use el desdoblamiento “el candidato, la candidata”. Aun así, cuando la cobertura se centra en una sola persona candidata se nota una mayor prevalencia del desdoblamiento, haciendo referencia específica a la candidatura en femenino o masculino.

En contextos específicos, especialmente al discutir temas de violencia política de género<sup>49</sup>, se notó el uso del desdoblamiento de género, una técnica que busca visibilizar y equilibrar la representación de ambos géneros al referirse explícitamente a candidatos masculinos y femeninos. A pesar de ello, el uso de lenguaje incluyente en algunas menciones, aunque esta práctica no fue consistente en todas las coberturas, indicando una integración parcial de esta modalidad más equitativa de comunicación<sup>50</sup>.

---

<sup>48</sup> El Informador. (5 de mayo, 2024). Candidatos olvidan pacto de civilidad.

<sup>49</sup> XHTDJA-TDT 6.1, Telediario Matutino (9 de mayo, 2024). XHSC-FM 93.9, Imagen Jalisco (9 de mayo, 2024). XHUDG-TDT 44.1, Señal Informativa (9 de mayo, 2024). XHBON-FM 89.5, Fórmula Jalisco Noticias (9 de mayo, 2024). XEDK-AM 1250, Cruzando la Línea (9 de mayo, 2024). XHUDG-FM 104.3, Radio UdeG Señal Informativa Nocturna (9 de mayo, 2024).

<sup>50</sup> XHGZ-FM 94.3, Señal Informativa Ciudad Guzmán (9 de mayo, 2024).



#### 4.2.2 En la contienda para presidencias municipales

Se encuentra un tratamiento mediático individualizado de las candidaturas a presidencias municipales, en el cual se tiende a utilizar el desdoblamiento “la candidata” o “el candidato”. Pero cuando se hace referencia a diversas candidaturas en una sola nota se suele recurrir al genérico masculino “los candidatos”<sup>51</sup>. Ejemplos de ello incluyen: “Candidatos de MC comparten propuestas culturales con artistas”<sup>52</sup>, “Debate Vallarta 2024: Los mejores momentos del encuentro entre los 4 candidatos”<sup>53</sup>. Incluso cuando al interior de la nota se hable de manera específica de cada persona candidata.

El uso del desdoblamiento es poco común en notas que cubren las candidaturas pero si llegan a presentarse como en el siguiente ejemplo “Las candidatas y el candidato a la presidencia municipal de Guadalajara refuerzan su presencia en las calles.”<sup>54</sup>.

#### 4.2.3 En la contienda para diputaciones locales

En cuanto a las diputaciones locales, el comportamiento del tratamiento mediático ha presentado una cobertura limitada, lo cual obstaculiza llegar a conclusiones sobre el uso de lenguaje incluyente y no sexista en el periodo de monitoreo del 5 al 11 de mayo. Las referencias encontradas a dichas candidaturas suelen ser individualizadas, es decir mencionar el nombre y el distrito por el cual contienden.

Un ejemplo de desdoblamiento del lenguaje, podemos referirnos a las coberturas mediáticas del 8 de mayo que muestran cómo se utiliza este estilo para incluir ambos géneros en el lenguaje, “En compañía del candidato a diputación local, Carolina García visitó la colonia Sangre de Cristo, emblemática de la ciudad. Durante su visita, destacó

---

<sup>51</sup> XHUGL-FM 104.7, Señal Informativa Lagos de Moreno (6 de mayo, 2024). XHJAL-TDT 1.1, Hechos Meridiano Jalisco (8 de mayo, 2024). XHG-TDT 4.1, Noticiero GDL Matutino (9 de mayo, 2024).

<sup>52</sup> Quadratin. (7 de mayo, 2024). Candidatos de MC comparten propuestas culturales con artistas.

<sup>53</sup> Tribuna de la Bahía. (6 de mayo, 2024). Debate Vallarta 2024: Los mejores momentos del encuentro entre los 4 candidatos.

<sup>54</sup> XHUDG-FM 104.3, Radio UdeG Señal Informativa Matutina (6 de mayo, 2024).



el placer de caminar por sus calles"<sup>55</sup> y otro ejemplo sobre desdoblamiento es "Durante la reunión encabezada por Diego Franco Jiménez, candidato a la diputación local..."<sup>56</sup>.

### **4.3 Observaciones sobre la representación y percepción de capacidades de las candidaturas**

La representación y percepción de las capacidades de las personas candidatas en el tratamiento mediático es una categoría que tiene por objetivo analizar el uso de estereotipos o sesgos de género que se centren en las cualidades personales de las candidaturas que tiendan a perpetuar desigualdades entre mujeres y hombres. Para ello se analiza de manera sistemática la información presentada por los medios relativa a cada persona candidata, por tipo de candidatura, desde la perspectiva de género. En el siguiente apartado se presentan los hallazgos del periodo de este informe.

#### **4.3.1 En la contienda para la gubernatura del estado de Jalisco**

Durante el periodo analizado la cobertura mediática se centra en la agenda de actividades y propuestas de campaña, lo que podría indicar una cobertura más neutral o poco enfocada en las cualidades personales. Sin embargo se encontró la presencia de estereotipos y sesgos de género negativos en contra de ambas candidatas a la gubernatura en el tercer debate, particularmente en la nota titulada "En Tercer Debate, Candidatas Pierden los Estribos y Utilizan Ataques Contra Lemus"<sup>57</sup>, de la cual se recupera la siguiente cita:

"Laura Haro (FYCXJ) empezó a hacer un escándalo. Aseguró que a Lemus (MC) lo iba a demandar por violencia de género, olvidando todas las ofensas que ya le había proferido durante el debate. Que ella nada más era hija de su papá presente en el foro

---

<sup>55</sup> XHUGL-FM 104.7, Señal Informativa Lagos de Moreno (8 de mayo, 2024).

<sup>56</sup> XHUGPV-FM 104.3, Señal Informativa Puerto Vallarta (8 de mayo, 2024).

<sup>57</sup> La Voz del Sur de Jalisco. (5 de mayo, 2024). En Tercer Debate, Candidatas Pierden los Estribos y Utilizan Ataques Contra Lemus.



y que merecía que le quitaran la candidatura...Claudia Delgadillo (SHHJ) no los escuchó y empezó su victimización a pesar de que el Instituto Nacional Electoral (INE) y el Instituto Estatal Electoral (IEPC) dictaminaron que no ha sido violentada políticamente por Lemus (MC) cuando le recordaron su pasado priísta en el segundo debate.”

Iniciando por el titular donde se adjetiva a las candidatas de “perder los estribos” para posteriormente al interior de la nota señalar a la candidata Laura Haro (FYCXJ) de hacer un “escándalo” y a la candidata Claudia Delgadillo (SHHJ) de “victimizarse”; el tratamiento mediático de lo que aconteció el debate promueve estereotipos de género en el que se no se toman por ciertos o serios los señalamientos de las mujeres candidatas, mientras se aminoran las acusaciones que le profieren al candidato Pablo Lemus (MC) por presuntamente incurrir en violencia política en razón de género.

#### **4.3.2 En la contienda para presidencias municipales**

La cobertura a candidaturas a presidencias municipales tiene un tratamiento mediático neutral, enfocado en propuestas y actividades de las personas candidatas, por lo que no se identificó el uso de sesgos o estereotipos de género centrados en las cualidades personales de las candidaturas.

#### **4.3.3 En la contienda para diputaciones locales**

Durante el periodo analizado no se identificaron adjetivos descriptivos que promuevan estereotipos o sesgos de género. La cobertura mediática limitada a las candidaturas a diputaciones dificulta identificar patrones en la percepción y competencia de las personas candidatas en razón al género.





#### 4.4 Observaciones en alusión a grupos en condiciones de vulnerabilidad

La cobertura mediática de las actividades y/o propuestas de las personas candidatas dirigidas a grupos en condiciones de vulnerabilidad es información valiosa para la toma de decisiones fundadas del electorado. Por otro lado, la participación política de personas candidatas que pertenecen a grupos en condiciones de vulnerabilidad es fundamental para la democracia, fomentando la representación de intereses diversos que han sido históricamente excluidos de las agendas de las personas candidatas. En ese sentido, en el presente apartado se analiza la cobertura de dichos grupos por tipo de candidatura.

##### 4.4.1 En la contienda para la gubernatura del estado de Jalisco

En el contexto de la celebración del Día de las Madres, durante este periodo de monitoreo se identificaron diversas propuestas por parte de las candidaturas a la gubernatura dirigidas a las mujeres, particularmente cuidadoras. Por ejemplo, Claudia Delgadillo (SHHJ) se reunió con mujeres en Tonalá donde se comprometió con ampliar apoyos económicos<sup>58</sup> entre otras propuestas para las mujeres<sup>59</sup>.

En el caso de Laura Haro (FYCXJ), reconoció el aporte social que realizan las madres y destacó que se compromete a fomentar la empleabilidad de las mujeres entre otras promesas de campaña<sup>60</sup>. Mientras que Pablo Lemus (MC) comentó que implementará el programa “Buenas Manos” que dará apoyo económico a mujeres madres que

---

<sup>58</sup> Zona 3. (9 de mayo, 2024). Claudia Delgadillo impulsará programas para mujeres.

<sup>59</sup> XHGEO-FM 91.5, Zona 3 Segunda Emisión ( 9 de mayo, 2024). Canal 10 Quiero Tv, 10 Informativo Tarde (9 de mayo, 2024). XHBON-FM 89.5, Fórmula Jalisco Noticias (9 de mayo, 2024). XEDK-AM 1250, En punto (9 de mayo, 2024) . XHUDG-TDT 44.1, Señal Informativa (9 de mayo, 2024). XHUDG-FM 104.3, Radio UdeG Señal Informativa Nocturna (9 de mayo, 2024)

<sup>60</sup> Quadratin. (9 de mayo, 2024). Reconoce Laura Haro labor de las madres. El Diario NTR. (6 de mayo, 2024). Laura Haro promete apoyos a jóvenes y mujeres en CU Costa. XHUGPV-FM 104.3, Señal Informativa Puerto Vallarta (9 de mayo, 2024). Canal 10 Quiero Tv, 10 Informativo Tarde (6 de mayo, 2024) . XHTDJA-TDT 6.1, Telediario Vespertino (6 de mayo, 2024).



trabajen y requieran servicios de cuidados remunerados<sup>61</sup> y la fuerza de voto que representan<sup>62</sup>.

Por otro lado, Pablo Lemus (MC) presentó propuestas dirigidas a personas adultas mayores, enfocados en ampliar su acceso a la atención médica, recuperar el Centro del Adulto Mayor y transversalizar sus necesidades en el resto de las políticas públicas. Aquí cabe destacar que no todos los medios utilizan lenguaje incluyente cuando se hace referencia a personas adultas mayores, haciendo uso constante del genérico masculino “adultos mayores”<sup>63</sup>.

Así mismo, colectivos de la diversidad sexual se pronunciaron ante la falta de propuestas de las candidaturas a la gubernatura que representen las necesidades de la comunidad LGBTQI+<sup>64</sup>. Ante ello, en los medios se recuperó el diálogo del candidato Pablo Lemus (MC) con diversas asociaciones civiles de la diversidad sexual, donde se propuso una mesa de trabajo para generar propuestas durante su eventual mandato<sup>65</sup>.

#### 4.4.2 En la contienda para presidencias municipales

Durante este periodo destacaron las propuestas dirigidas a las mujeres por parte de las candidaturas a presidencias municipales. El 10 de mayo sin duda marcó las agendas de diversas personas candidatas que se reunieron con colectivos de mujeres y madres. Un enfoque que le han dado a dichas propuestas es el apoyo al emprendimiento liderado por mujeres, así como el apoyo a personas cuidadoras<sup>66</sup>.

---

<sup>61</sup> Informador. (10 de mayo, 2024). Pablo Lemus, comprometido con las mujeres de Jalisco.

<sup>62</sup> XHGEO-FM 91.5, Zona 3 Segunda Emisión (10 de mayo, 2024)

<sup>63</sup> Quadratin. (8 de mayo, 2024). Propone Lemus mejor calidad de vida para adultos mayores. Informador. (8 de mayo, 2024). Pablo Lemus hace compromisos con los adultos mayores. Tribuna de la Bahía. (8 de mayo, 2024). Propone Pablo Lemus medidas para mejorar calidad de vida de personas mayores en Jalisco, Informador, Se compromete Lemus con los adultos mayores, 8 de mayo, 2024, impresa

<sup>64</sup> Mural. (8 de mayo, 2024). Piden a candidatos “sacar del closet” propuestas LGBT.

<sup>65</sup> Tribuna de la Bahía. (10 de mayo, 2024). Pablo Lemus dialoga con colectivos LGBTQI+ en compromiso por la diversidad e inclusión.

<sup>66</sup> Informador. (10 de mayo, 2024). “Vamos a cuidar a quienes nos cuidaron”, dice Kumamoto a madres. Zona 3. (6 de mayo, 2024). Propone candidato Gerardo Quirino crear el Instituto de la Mujer.



De igual manera en este periodo se presentaron propuestas orientadas a la atención de la juventud<sup>67</sup>, a personas con discapacidad<sup>68</sup> y adultas mayores<sup>69</sup>. A continuación se presentan algunas de las propuestas que se presentaron a lo largo del periodo por parte de las candidaturas a presidencias municipales: Arturo de la Cruz (MC) en Mezquitic, propuso aulas dignas, becas para carreras técnicas y apoyo a mujeres emprendedoras<sup>70</sup>. Ese mismo día, Óscar Santos (FYCXJ) en Zapopan anunció apoyos para adultos mayores, incluyendo prótesis dentales y mejoras en infraestructura para accesibilidad<sup>71</sup>. En Tlajomulco de Zúñiga, Gerardo Quirino destacó la importancia de apoyar prioritariamente a las mujeres en su gestión<sup>72</sup>. Por su parte, Verónica Delgadillo (MC) en Guadalajara, enfatizó que las mujeres tendrán un lugar especial en su administración, promoviendo su inclusión activa<sup>73</sup>. Así mismo, Rigo Reyes (Futuro) en Encarnación de Díaz, se comprometió a facilitar el acceso a viviendas dignas para mujeres sin seguridad social, reflejando un compromiso con entornos seguros y asequibles para su desarrollo, aunque la fecha y el medio específico no fueron especificados<sup>74</sup>.

Además de las propuestas, es importante el tratamiento mediático que se le da a los grupos en condiciones de vulnerabilidad. En periódicos, portales y revistas digitales y prensa impresa se observa que aún hay retos en el tratamiento mediático de grupos vulnerables desde los derechos humanos, principalmente en el uso de lenguaje incluyente y que no recurra a estereotipos. Destacando titulares como este: "Óscar Santos anuncia apoyos para ancianos"<sup>75</sup>, "Pagará Munguía a abuelos que cuiden nietos

---

<sup>67</sup> El Diario NTR. (5 de mayo, 2024). Verónica Delgadillo plantea un Centro de Talento tapatío para jóvenes. El Diario NTR. (6 de mayo, 2024). Martínez se compromete a atender a los jóvenes.

<sup>68</sup> El Diario NTR. (8 de mayo, 2024). Verónica Delgadillo anuncia apoyos a personas con discapacidad y sus cuidadores. El Líder Informático. (8 de mayo, 2024). Quiere Verónica Delgadillo una Guadalajara más incluyente. Quadratin. (10 de mayo, 2024). Para mujeres, protección, para jóvenes, apoyo: Quirino.

<sup>69</sup> El Diario NTR. (6 de mayo, 2024). Óscar Santos anuncia apoyos para ancianos. Tribuna de la Bahía. (6 de mayo, 2024). Pagará Munguía a abuelos que cuiden nietos y centro de pernocta para indigentes.

<sup>70</sup> Canal 10 Quiero Tv, 10 Informativo Tarde (6 de mayo, 2024).

<sup>71</sup> Canal 10 Quiero Tv, 10 Informativo Tarde (6 de mayo, 2024).

<sup>72</sup> HGEO-FM 91.5, Zona 3 Primera Emisión (7 de mayo, 2024).

<sup>73</sup> XHGEO-FM 91.5, Zona 3 Segunda Emisión (10 de mayo, 2024).

<sup>74</sup> XHUGL-FM 104.7, Señal Informativa Lagos de Moreno (10 Mayo, 2024).

<sup>75</sup> El Diario NTR. (6 de mayo, 2024). Óscar Santos anuncia apoyos para ancianos.



y centro de pernocta para indigentes<sup>76</sup>; en los cuales se utiliza el masculino genérico o adjetivos descriptivos no adecuados para el grupo al que se hace referencia.

#### **4.4.3 En la contienda para diputaciones locales**

Dada la limitada cobertura de las actividades y propuestas de las candidaturas a diputaciones locales, durante este periodo no se cuenta con información suficiente que permita identificar propuestas dirigidas a grupos en condiciones de vulnerabilidad o señalamientos que identifiquen la representatividad de las personas candidatas pertenecientes a dichos grupos.

#### **4.5 Observaciones en 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 a ello y lo analizado en los apartados A, B, C y D a continuación se presentan los hallazgos desagregados por tipo de candidatura para el periodo de monitoreo del 5 al 11 de mayo.

---

<sup>76</sup> Tribuna de la Bahía. (6 de mayo, 2024). Pagará Munguía a abuelos que cuiden nietos y centro de pernocta para indigentes.



#### **4.5.1 En la contienda para la gubernatura del estado de Jalisco**

El tercer debate entre las candidatas y el candidato a la gubernatura fue eje prioritario de la cobertura mediática de este periodo en lo que hace referencia a violencia política en razón de género. Esto se debe a que durante el debate el señalamiento “son hijas de Alito” proferido por el candidato Pablo Lemus (MC) a las candidatas Claudia Delgadillo (SHHJ) y Laura Haro (FYCXJ), fue identificado en ese momento por esta última candidata como violencia política en razón de género. Posterior al debate la cobertura mediática recuperó este hecho en múltiples espacios, retomando declaraciones de las candidaturas a la gubernatura, representantes de los partidos políticos y el IEPC<sup>77</sup>.

Si bien las resoluciones derivadas de los recursos legales presentados ante las autoridades competentes serán las que dictaminen si se trata de un caso de violencia política en razón de género, se resalta la relevancia que ha adquirido esta esfera en la contienda electoral por la gubernatura de Jalisco. Lo anterior se puede interpretar como un resultado de las disposiciones de paridad electoral que han fomentando el debate mediático y ciudadano sobre la violencia política en razón de género.

#### **4.5.2 En la contienda para presidencias municipales**

Durante el presente periodo de monitoreo no se encuentra información que indique un tratamiento mediático que pueda derivar en violencia política contra las mujeres en razón de género y/o discriminación para el periodo de monitoreo del 5 al 11 de mayo.

---

<sup>77</sup> Conciencia Política. (5 de mayo, 2024). Entre olvidos y controversias, el tercer debate de Jalisco destina tensiones a la campaña gubernamental. Informador. (6 de mayo, 2024). Morena exige la destitución de consejeros electorales de Jalisco. Informador. (6 de mayo, 2024). Lemus ante la prueba espejo. Mural. (7 de mayo, 2024). Presentan nuevas quejas vs Lemus ante IEPC. El Diario NTR. (8 de mayo, 2024). PRI, PAN, y PRD denuncian a Pablo Lemus por violencia política de género. El Líder Informativo. (8 de mayo, 2024). Precisa IEPC que no tiene facultades para sancionar casos de violencia política.



### **4.5.3 En la contienda para diputaciones locales**

Durante el presente periodo de monitoreo no se halla información que indique un tratamiento mediático que pueda derivar en violencia política contra las mujeres en razón de género y/o discriminación. Sin embargo, la limitada cobertura de las candidaturas a diputaciones locales dificulta identificar elementos suficientes para llegar a conclusiones.

## **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 realizó a partir del día en que iniciaron 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.

Se observa que en la programación actual 9 medios de comunicación reportaron cambio de programación en sus horarios y conducción de algunos de sus programas.

Se agregaron 2 nuevos programas: W Radio Así las cosas y N\* Guadalajara (canal 4).



## 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	Metrópoli 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 Pilar Gutiérrez
1190 AM AMG	W Radio Así las cosas Jalisco	L-V	8:00-9:00 horas	Diego Petersen, Augusto Chacón y Alejandro Sierra
1190 AM AMG	W Radio Así las cosas Jalisco	L-V	9:00-10:00 horas	Ramiro Marmolejo
1190 AM	W Radio Así las cosas	L-V	19:00-20:00 horas	Paty Sánchez y Jorge Robledo





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 Señal UdeG	L-V	7:00 a 9:00 hrs.	Sonia Serrano y Miguel Ángel Collado
	Informativa Matutina			
104.3 FM AMG	Radio Señal UdeG 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 Señal UdeG 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 y Rodrigo de la Rosa
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 PuertoVallarta	Señal Informativa Puerto Vallarta	L-V	9:00 a 10:00 hrs.	Susana Carreño Rubín
94.3 FM Radio UdeG Zapotlán 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	L-V	14:15 a 15:00 hrs.	



		de Moreno			
93.5 LaPatrona Vallarta	FM Pto.	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
N+ Guadalajara (Canal 4)	N+ Guadalajara (Canal 4)	L-V	13:00-14:00 horas	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 Jalisco 1.1)	Uno (canal 1.1)	Desde la redacción	Lunes a viernes	8:00 a 9:00 hrs.	Daniela Vázquez, Gerardo Sedano y Gustavo Cárdenas
Azteca Jalisco 1.1)	Uno (canal 1.1)	Hechos Meridiano Jalisco	Lunes a viernes	14:30 a 15:00 hrs.	Ricardo García
Azteca Jalisco 1.1)	Uno (canal 1.1)	Hechos Noche Jalisco	Lunes a viernes	23:15 hrs.	Ricardo García
ADN Jalisco 1.2)	40 (canal 1.2)	ADN 40 Noche	Lunes a viernes	19:30 a 20:30 hrs.	Priscila Trejo
Azteca Jalisco a+ 7.2)	Jalisco a+ (canal 7.2)	Info 7 Noche	Lunes a viernes	21:30:00 hrs.	Priscila Trejo
Canal Quiero Tv	10	10 Informativo Mañana	Lunes a viernes	6:00 a 10:00 hrs.	Marilyn Sicilia y Mario Muñoz
Canal Quiero Tv	10	10 Informativo Tarde	Lunes a viernes	13:00 a 15:30 hrs.	Gabriela Aguilar e Hiram Espinoza
Canal Quiero Tv	10	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	Agustín Ramírez
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)	<a href="https://www.publimetro.com.mx/jalisco/">https://www.publimetro.com.mx/jalisco/</a>
Local	Reporte Índigo	Lunes a viernes (versión PDF)	<a href="https://www.reporteindigo.com/ciudad/gdl/">https://www.reporteindigo.com/ciudad/gdl/</a>
Local	Semanario Conciencia Pública	Lunes (versión PDF y en portal)	<a href="https://concienciapublica.com.mx/">https://concienciapublica.com.mx/</a>
Local	Quadratin Jalisco	Lunes a viernes (versión PDF)	<a href="https://jalisco.quadratin.com.mx/">https://jalisco.quadratin.com.mx/</a>
Regional (Pto. Vallarta y Bahía de Banderas)	Meridiano	Lunes a viernes (versión PDF)	<a href="https://meridiano.mx/tag/puerto-vallarta/">https://meridiano.mx/tag/puerto-vallarta/</a>



## PORTALES DE NOTICIAS DIGITALES

COBERTURA	NOMBRE	FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN	URL
Local	El Informador	De lunes a domingo	<a href="https://www.informador.mx/">https://www.informador.mx/</a>
Local	Mural	De lunes a domingo	<a href="https://www.mural.com.mx/">https://www.mural.com.mx/</a>
Local	Milenio Jalisco	De lunes a domingo	<a href="https://www.milenio.com/jalisco">https://www.milenio.com/jalisco</a>
Local	El Diario NTR Guadalajara	De lunes a domingo	<a href="https://www.ntrguadalajara.com/">https://www.ntrguadalajara.com/</a>
Local	El Occidental	De lunes a domingo	<a href="https://www.eloccidental.com.mx/">https://www.eloccidental.com.mx/</a>
Local	Líder Informativo	De lunes a domingo	<a href="https://lider919.com/">https://lider919.com/</a>
Local	Zona 3	De lunes a domingo	<a href="https://zona3.mx/">https://zona3.mx/</a>
Local	UdeGTV	De lunes a domingo	<a href="https://udgtv.com/">https://udgtv.com/</a>
Local	El Rumbo	De lunes a domingo	<a href="https://elrumbo.mx/">https://elrumbo.mx/</a>
Local	Cabecera	De lunes a domingo	<a href="https://www.cabecera.mx/">https://www.cabecera.mx/</a>
Local	La Gaceta UDG	De lunes a domingo	<a href="http://www.gaceta.udg.mx/">http://www.gaceta.udg.mx/</a>



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



**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 Referencias conceptuales 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](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/>



## **Coordinación General**

---

Maribel Flores Sánchez  
René Rosado González

## **Coordinación de Análisis Cuantitativo y Cualitativo**

---

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

## **Coordinación de Género y Derechos Humanos**

---

Rosa Carmina Parada Aguilar  
Mari Tania Castillo Serrato  
Stefanía Tapia Marchina

## **Coordinación de Diseño e Informes**

---

Gloria María Domínguez Rodríguez  
Karime Leilani Martínez Morquecho

## **Coordinación Técnica**

---

Gabriela Moreno Valle Bautista  
Rodrigo Urcid Puga  
María del Sol Márquez Rueda



## **Colaboración especial para la sistematización de información**

---

Alejandra Martínez Blackaller

Andrea Pérez Torres

Andrés Daniel Salinas de la Serna

Catalina Elizondo Elizondo

Daniel Gorrosino Monzón

Elías Olivos Chávez

Emilio Gómez Montuy

Gonzalo Mendoza Olloqui

Jorge Augusto Serrano Lobato

José Arturo Lozano Cantú

Óscar Medina Ilanos

Patricio Peña López

Viviana Guadalupe Delgado González

Mayra Sayonara Muñoz Sosa