

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

---

Fecha: 16 de junio de 2024



## ÍNDICE

<b>ACTORES POLÍTICOS.....</b>	<b>1</b>
<b>FIGURAS.....</b>	<b>3</b>
<b>PRESENTACIÓN.....</b>	<b>5</b>
<b>1. CRITERIOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>10</b>
1.1 Criterios generales aplicados al análisis cuantitativo.....	10
1.2 Criterios generales aplicados al análisis cualitativo.....	11
1.3 Criterios aplicados al análisis cualitativo desde la perspectiva de género y el respeto a los derechos humanos.....	13
<b>2. PRINCIPALES HALLAZGOS.....</b>	<b>15</b>
<b>3. CONTEXTO.....</b>	<b>18</b>
<b>3. VALORACIONES Y ENCUADRES.....</b>	<b>36</b>
3.1 Resultados en prensa impresa de candidaturas a la gubernatura.....	38
3.2 Resultados en prensa digital de candidaturas a la gubernatura.....	40
3.3 Resultados en televisión y radio de candidaturas a la gubernatura.....	42
3.4 Resultados en prensa impresa de candidaturas a diputaciones locales.....	44
3.5 Resultados en prensa digital de candidaturas a diputaciones locales.....	46
3.6 Resultados en televisión y radio de las candidaturas a diputaciones locales.....	48
3.7 Resultados en prensa impresa de candidaturas a presidencias municipales.....	50
3.8 Resultados en prensa digital de candidaturas a presidencias municipales.....	52
3.9 Resultados en televisión y radio de las candidaturas a presidencias municipales... .....	54
<b>5. CONCLUSIONES.....</b>	<b>56</b>



## 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>	MORENA
<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

Figura 1. Criterios metodológicos

Figura 2. Incidencias

Figura 3. Cronología de las principales incidencias del 10 al 16 de marzo

Figura 4. Cronología de las principales incidencias del 17 al 23 de marzo

Figura 5. Cronología de las principales incidencias del 24 al 30 de marzo

Figura 6. Cronología de las principales incidencias del 31 de marzo al 6 de abril

Figura 7. Cronología de las principales incidencias del 14 al 20 de abril

Figura 8. Cronología de las principales incidencias del 21 al 27 de abril

Figura 9. Cronología de las principales incidencias del 28 de abril al 04 de mayo

Figura 10. Cronología de las principales incidencias del 05 al 11 de mayo

Figura 11. Cronología de las principales incidencias del 12 al 18 de mayo

Figura 12. Cronología de las principales incidencias del 19 al 25 de mayo

Figura 13. Cronología de las principales incidencias del 26 de mayo al 03 de junio

Figura 14. Periodo especial del proceso electoral concurrente 2023-2024

Figura 15. Notas totales publicadas del 01 de abril al 03 de junio de 2024

Figura 16. Porcentaje de cobertura por persona candidata del 01 de marzo al 03 de junio de 2024

Figura 17. Porcentaje de cobertura por partido o coalición del 01 de marzo al 03 de junio de 2024

Figura 18. Notas totales publicadas del 01 de abril al 03 de junio de 2024

Figura 19. Porcentaje de cobertura por persona candidata del 01 de marzo al 03 de junio de 2024

Figura 20. Porcentaje de cobertura por partido o coalición del 01 de marzo al 03 de junio de 2024

Figura 21. Menciones totales publicadas del 01 de abril al 03 de junio de 2024

Figura 22. Porcentaje de cobertura por persona candidata del 01 de marzo al 03 de junio de 2024



junio de 2024

Figura 23. Porcentaje de cobertura por Partido o coalición del 01 de marzo al 03 de junio de 2024

Figura 24. Notas totales publicadas del 01 de abril al 03 de junio de 2024

Figura 25. Cobertura grupos de interés de personas candidatas del 01 de abril al 03 de junio de 2024

Figura 26. Porcentaje de cobertura por partido o coalición del 01 de abril al 03 de junio de 2024

Figura 27. Notas totales publicadas del 01 de abril al 03 de junio de 2024

Figura 28. Cobertura grupos de interés de personas candidatas del 01 de abril al 03 de junio de 2024

Figura 29. Porcentaje de cobertura por partido o coalición del 01 de abril al 03 de junio de 2024

Figura 30. Cobertura del 01 de abril al 03 de junio de 2024

Figura 31. Cobertura grupos de interés de personas candidatas del 01 de abril al 03 de junio de 2024

Figura 32. Porcentaje de cobertura por partido o coalición del 01 de abril al 03 de junio de 2024

Figura 33. Notas totales publicadas del 31 de marzo al 03 de junio de 2024

Figura 34. Cobertura grupos de interés de personas candidatas del 01 de abril al 03 de junio de 2024

Figura 35. Porcentaje de cobertura por partido o coalición del 01 de abril al 03 de junio de 2024

Figura 36. Notas totales publicadas del 01 de abril al 03 de junio de 2024

Figura 37. Cobertura grupos de interés de personas candidatas del 01 de abril al 03 de junio de 2024

Figura 38. Porcentaje de cobertura por partido o coalición del 01 de abril al 03 de junio de 2024



Figura 39. Cobertura del 01 de abril al 03 de junio de 2024

Figura 40. Cobertura grupos de interés de personas candidatas del 01 de abril al 03 de junio de 2024

Figura 41. Porcentaje de cobertura por partido o coalición del 01 de abril al 03 de junio de 2024



## PRESENTACIÓN

Los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en los procesos electorales y en la consolidación de la democracia, a través de ellos se difunde información y se articulan debates políticos, promoviendo así la participación cívica. A lo largo del tiempo, el alcance de los mismos se ha amplificado exponencialmente con la llegada de la tecnología digital, democratizando el acceso a la información y creando nuevas formas de interacción; politizando su contenido y la forma de presentarlo.

Mediante la cobertura periodística, la ciudadanía puede acceder a una amplia gama de contenidos informativos e interpretaciones de los acontecimientos políticos, lo que facilita y fomenta la toma de decisiones informada en las urnas. Los géneros de mensajes políticos, entre los que destacan los debates, las entrevistas y los artículos de opinión, proporcionan un espacio para el escrutinio público de las diversas propuestas, colaborando a la integridad electoral.

En el presente monitoreo de programas de radio y televisión, prensa impresa y digital con perspectiva de género y derechos humanos, realizado durante el proceso electoral concurrente 2023-2024 en el estado de Jalisco, se integra el acumulado y desglose de los principales hallazgos y observaciones del trabajo periodístico en estos comicios.

El objetivo general del monitoreo consistió en el conocimiento y análisis del trato que se da en las campañas electorales a las candidaturas a la gubernatura, diputaciones y municipios; que brindan los noticiarios de radio, televisión y prensa digital e impresa durante el Proceso Electoral Local Concurrente 2023-2024. Esto por medio de un monitoreo con perspectiva de género y derechos humanos que será de utilidad para el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Jalisco (IEPC), así como para la ciudadanía.

A continuación se detallan los objetivos específicos:



1. Analizar la información que permita conocer el tiempo destinado y el trato otorgado a cada partido político o coalición, así como a las candidaturas a la gubernatura, diputaciones locales y municipales en prensa impresa y digital, de las transmisiones de los programas de radio y televisión, así como de prensa impresa y digital que difundan noticias en las campañas políticas;
2. Identificar la información de las variables de monitoreo desagregada por género de las candidaturas para hacer visibles las diferencias en el caso de que existan en el tratamiento otorgado a cada candidatura;
3. Conocer la presencia de las candidaturas postuladas por paridad y disposiciones en favor de los grupos en situación de vulnerabilidad en la cobertura de los programas monitoreados, a fin de identificar los grupos en situación de vulnerabilidad y/o históricamente discriminados que se están visibilizando en los espacios noticiosos de radio, televisión y prensa digital e impresa;
4. Conocer la presencia de violencia política contra las mujeres en razón de género en la cobertura de los programas de radio, televisión y prensa digital e impresa que difundan noticias, durante las campañas políticas;
5. Identificar, si es el caso, diferentes formas de discriminación debido a la interseccionalidad del género con otros factores, tales como: pertenecer a pueblos o comunidades indígenas, identificarse como persona afroamericana, vivir con alguna discapacidad, pertenecer a la población LGTBTTIQ+, entre otras condiciones sociales;
6. Identificar cualquier forma de discriminación hacia las candidaturas en el tratamiento que otorgan los programas de radio, televisión y prensa digital e impresa que difundan noticias;



7. Examinar la información sobre el tratamiento que los programas y notas monitoreadas otorgan a los actos de violencia que se ejercen en contra de las candidaturas durante las campañas;
8. Conocer la cobertura que los programas monitoreados otorgan a las campañas en relación a los temas con los que se vincula a las candidaturas, partidos políticos y coaliciones;
9. Analizar cualitativamente la información recogida en el monitoreo de campañas electorales, a la luz de los acontecimientos políticos y revelaciones periodísticas relevantes que ocurran durante dicho periodo.

Las personas que fueron sujetas a monitorear fueron:

- a) Mujeres, hombres, personas no binarias que se identifiquen expresamente como tales.
- b) Las personas conductoras, reporteras o locutoras, analistas de información, cualquier voz en off.
- c) Personas candidatas de cualquier partido político o coalición política, candidaturas independientes y dirigencias de partidos políticos.
- d) Gubernatura del estado de Jalisco, Secretarías de Estado, Presidencias Municipales, Regidurías y Sindicaturas.
- e) Personas líderes morales, históricos, reporteras, locutoras o analistas), las figuras políticas relevantes.

A partir de un catálogo de medios autorizado por el IEPC, se analizaron las piezas de monitoreo, piezas informativas y valoraciones. La unidad de análisis, que contiene todas las variables, equivale a una mención. Una unidad completa de información se define por las características propias del género periodístico del que se trate. Además,



se clasificó como información valorada aquella que presentó verbalmente adjetivos calificativos o frases idiomáticas.

La observación, análisis y aplicación de una perspectiva de género en los medios de comunicación durante las campañas electorales son temas relativamente recientes. La correcta y consciente implementación de esta perspectiva en la narrativa mediática permite visibilizar las experiencias, preocupaciones y contribuciones de todas las personas en la esfera política de forma equitativa. En este sentido, al presentar una amplia gama de voces y puntos de vista, los medios pueden contribuir a desafiar o reproducir los sesgos de género arraigados. Los medios de comunicación dan a conocer candidaturas, partidos políticos y coaliciones, influyendo significativamente en la percepción del electorado, dando forma a sus preferencias y decisiones políticas, de ahí la importancia de conocer el trato que realizaron los citados medios.

El monitoreo se realizó diariamente en un horario de 05:00 am a 01:00 am en los casos de programas de radio y televisión. Por su parte, el monitoreo de prensa impresa y digital se llevó a cabo de acuerdo a la periodicidad de las publicaciones, es decir, de manera diaria o semanal. En cuanto al número de medios examinados, fueron un total de 126, segregados de la siguiente forma: 62 programas de radio, 27 programas de televisión, 10 medios de prensa impresa, 6 revistas y periódicos digitales y 21 portales de noticias.

Durante los trece informes de Monitoreo de Programas de Radio y Televisión, Prensa Digital e impresa con Perspectiva de Género, se analizó la cobertura informativa y noticiosa, respecto del periodo que abarcó del 1 de marzo al 3 de junio de 2024 en programas de radio y televisión, así como del contenido que se divulgó en prensa impresa y digital de las candidaturas, partidos políticos y coaliciones contendientes por la gubernatura del estado, presidencias municipales y diputaciones locales durante las campañas electorales para el Proceso Electoral Local Concurrente 2023-2024 en el estado de Jalisco.

Las variables de análisis que fueron utilizadas se detallan a continuación:



- Tiempos de transmisión;
- Género periodístico;
- Valoración de la información;
- Recursos técnicos utilizados para presentar la información;
- Importancia (jerarquización) de las noticias;
- Registro de encuestas o sondeos de opinión;
- Igualdad de género y no discriminación;
- Pronombre de la persona de la enunciación.
- Uso de lenguaje incluyente y no sexista;
- Violencia política contra las mujeres en razón de género;
- Presencia de roles o estereotipos de género;
- Enfoque de la cobertura que dan los medios a las candidaturas;
- Candidaturas postuladas mediante disposiciones de paridad y disposiciones en favor de los grupos en situación de vulnerabilidad;
- Presencia de estereotipos relacionados con grupos en situación de vulnerabilidad y/o históricamente discriminados;
- Vínculo de temas de interés público con figuras políticas;
- Violencia política contra las personas pertenecientes a alguno de los grupos en situación de vulnerabilidad y/o históricamente discriminados; y
- Violencia política contra las candidaturas.

Después de realizar un análisis exhaustivo, el equipo determinó que este informe refleja, en cuanto al análisis cuantitativo, el predominio de los portales digitales como medio principal de la cobertura. El presente informe destaca el monitoreo acumulado de las personas candidatas a la gubernatura, toda vez que en el proceso electoral la atención de las diversas fuentes informativas se centró en estas. El desagregado de la información del resto de las candidaturas se podrá consultar en cada uno de los informes semanales, presentados por este equipo con antelación.

En segundo lugar, se describen los principales hallazgos identificados por informe semanal; y, como tercer apartado, se plantean una serie de consideraciones finales.



## 1. CRITERIOS METODOLÓGICOS

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 en este informe únicamente aquellas notas que sean demostrativas de las tendencias encontradas relativas a estas categorías en los apartados correspondientes.



## 2. PRINCIPALES HALLAZGOS

A lo largo del periodo monitoreado, destacaron diversos temas que han sido categorizados, con fines analíticos, y que ilustran las condiciones del campo político en el que ocurrieron las elecciones. Las categorías se describen a continuación:

### **Arranque de campañas y ajustes internos por políticas de paridad**

El arranque de campañas, tanto de las personas candidatas a la gubernatura, como de quienes aspiraban a las presidencias municipales se enmarcaron por ajustes y tensiones derivadas de las políticas de paridad. Dado que los partidos políticos debían postular en paridad en todas las candidaturas, se postularon mujeres candidatas que, en algunos casos, desplazaron a algunos hombres que mostraban interés por la candidatura o bien, se reclamaron candidaturas que violaban esta regla. Aunque la mayoría de las candidaturas dejaron atrás esos ajustes con el paso de las campañas, las controversias entre candidatos desplazados y sus partidos políticos generó la salida de algunos candidatos de esas fórmulas políticas o el inicio tardío de los eventos de campaña.

### **Propuestas de campaña**

A lo largo de las campañas, abundaron una variedad de propuestas, las cuales pueden clasificarse en, por lo menos, tres tipos: emblemáticas, por ejes temáticos y emergentes. En el primer caso, se trata de proyectos que las personas candidatas desarrollaron a lo largo de la campaña y sobre las que insistieron dándoles un tono casi personal. Respecto a las propuestas por ejes temáticos, destacan los proyectos presentados en materia de seguridad, educación, salud y, a nivel municipal, desarrollo urbano, movilidad y gestión de desechos y basura. Las propuestas emergentes son aquellas que las personas candidatas verbalizaron en contextos específicos, respondiendo a demandas de las audiencias con las que se reunieron, lo mismo locatarios de mercados, miembros del magisterio o vecinos de diversas colonias. Cabe



mencionar que las propuestas emergentes se presentaban de manera superficial y tenían menor seguimiento que otras, como las emblemáticas.

Además, destacó que las y los candidatos aprovecharon las propuestas conjuntas (entre aspirantes a la gubernatura y presidencias municipales, o bien, entre distintos municipios) para enviar mensajes de unidad al interior de los partidos o alianzas. En el caso de las y los candidatos al Congreso local, las propuestas fueron pocas y, en todo caso, se presentaron como parte de proyectos de las fórmulas políticas a las que pertenecían.

### **Violencia política y violencia por razones de género**

La violencia política fue una preocupación central durante todo el periodo monitoreado, primero, por los homicidios de candidatos que se registraron en la entidad (3 en total), pero también por las demandas que las y los candidatos de todos los niveles hicieron para tener acceso a mecanismos de protección más eficientes y apropiados. Aunque las amenazas y agresiones contra las y los candidatos atribuidos al crimen organizado tuvieron un amplio espacio en la cobertura sobre este tema, también se registraron otras formas de violencia que pueden clasificarse como “política”, ya que impactan el campo político y las condiciones en las que se desarrollaron las campañas. Así, por ejemplo, se registraron enfrentamientos entre simpatizantes de partidos opuestos, o bien, las agresiones verbales entre personas candidatas.

Este último aspecto fue importante, particularmente, en las candidaturas de mujeres. Por ejemplo, ambas candidatas a la gubernatura señalaron que el candidato a la gubernatura habría cometido violencia contra ellas, a partir de algunas de sus declaraciones.

### **Debates y post-debates**

Los debates entre las personas candidatas, para la gubernatura y las presidencias municipales, generó una amplia cobertura y posicionamientos por parte de diversos



actores políticos, incluyendo quienes aspiraban a un cargo. Generalmente, se cubrieron los posicionamientos temáticos de las y los candidatos, aunque estos solían ser desplazados por declaraciones controversiales o enfrentamientos entre personas candidatas. Los días posteriores a la celebración de los debates, la cobertura incluía análisis y valoraciones por parte de expertos, analistas y ciudadanos, quienes se concentraban en el desempeño de las y los candidatos, así como en algunas de las propuestas.

### **Visitas y propuestas de candidaturas presidenciales**

Las recurrentes visitas a Jalisco de las candidatas y el candidato a la presidencia de la República fueron motivo de una amplia cobertura en los medios monitoreados. En todos los casos, se resaltó el apoyo de quienes aspiraban a la presidencia brindaron a las y los candidatos locales y cómo estos viajes denotaban la importancia que tiene la entidad para los proyectos políticos nacionales. En el caso de Morena, la condición de “puntera en las encuestas” de la entonces candidata presidencial Claudia Sheinbaum, propició que, en cada una de sus visitas, las y los candidatos de su partido en Jalisco enfatizaran que gobernarían alineados con el proyecto de la futura presidencia. Esto fue particularmente con la Candidata a la gubernatura, Claudia Delgadillo.

### **Encuestas**

Tal como dan cuenta los informes semanales, las encuestas electorales que se publicaron durante las campañas fueron pocas y se presentaron de manera discontinua. Es decir, las publicaciones no siguieron una periodicidad clara, lo que hacía difícil registrar la evolución de las candidaturas a lo largo del tiempo, de cara a las preferencias expresadas por las y los participantes en estos ejercicios demoscópicos. En cambio, abundaron la alusión a encuestas por parte de personas candidatas, para hablar de ventajas en la contienda, sin que se ofrecieran detalles técnicos de las mismas, ni datos complementarios que permitieran comprender mejor el panorama de la elección.



### 3. CONTEXTO

A continuación, se detalla la cobertura mediática de los eventos y ejes temáticos más relevantes. En este monitoreo se llevó a cabo de manera sistemática el análisis de las principales incidencias en la información divulgada. Es así que se explican los hallazgos más significativos, desglosados por semana para ofrecer una visión clara y detallada acerca de cómo se desarrollaron y evolucionaron los temas de interés a lo largo del periodo monitoreado

Figura 2. Incidencias





7

**Del 14 al 20 de abril**

- Riña entre simpatizantes de MORENA y MC en Tlaquepaque
- Acusaciones contra Pablo Lemus (MC) por violencia de género
- Denuncia MORENA destrucción de propaganda
- Talleres de fe y política #DeVoto

8

**Del 21 al 27 de abril**

- Debate entre candidatas a diputaciones plurinominales
- Posicionamiento de las personas candidatas en el marco del aniversario de las explosiones del 22 de abril de 1992

9

**Del 28 de abril al 4 de mayo**

- Asesinato del candidato a síndico municipal de Puerto Vallarta, Francisco Sánchez (PVEM)
- Incrementan las solicitudes de protección
- Tercer debate entre las personas candidatas a la gubernatura

10

**Del 5 al 11 de mayo**

- Reacciones sobre el tercer debate de las personas candidatas a la gubernatura.
- Arrancan las jornadas anticipadas de voto de las personas privadas de libertad.
- Debate candidatas a municipales de Zapopan

11

**Del 12 al 18 de mayo**

- Debate candidatas a municipales de Guadalajara
- Segundo debate de aspirantes a diputaciones locales por mayoría relativa
- Firma del Pacto por la Salud
- Visita de Claudia Sheinbaum a Tlaquepaque

12

**Del 19 al 25 de mayo**

- Presentación de encuestas electorales
- Ecos del homicidio de Humberto Amezcua y otras formas de violencia política
- Intercambio de acusaciones entre coaliciones, partidos y personas candidatas

Fuente: Elaboración propia.



En el desglose de la información analizada se destaca a continuación la cobertura mediática del proceso electoral en Jalisco por semana. Del 10 al 16 de marzo de 2024, se enfocó en aspectos que impactaron en la contienda; incluyendo las dinámicas internas de los partidos y coaliciones.

**Figura 3. Cronología de las principales incidencias del 10 al 16 de marzo**

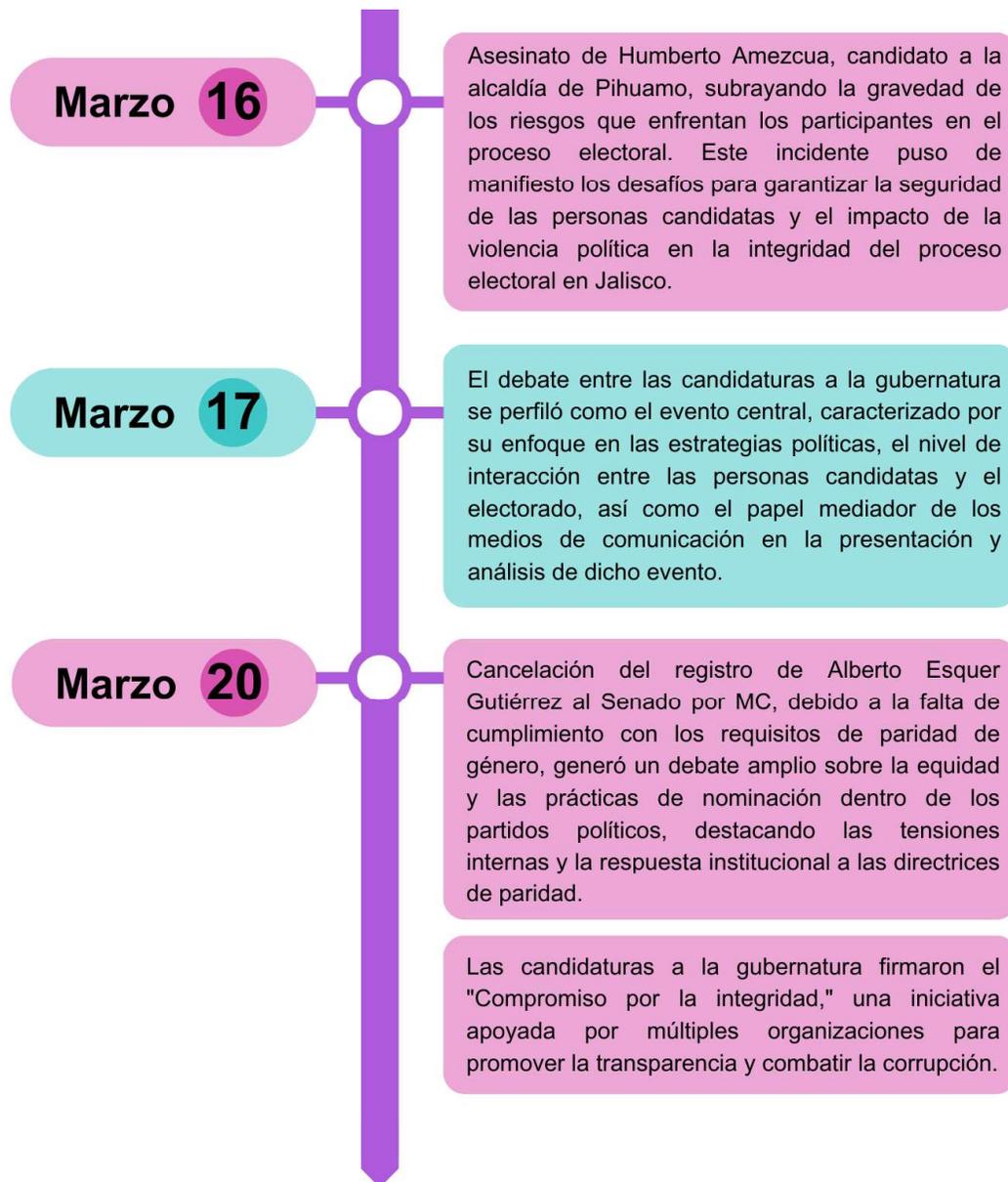


Fuente: Elaboración propia.



La semana del 17 al 23 de marzo de 2024 estuvo marcada por un visible escrutinio de las propuestas y comportamientos de las personas candidatas a ocupar la gubernatura; una discusión crítica sobre el formato y la eficacia del debate electoral; y un renovado enfoque en las cuestiones de seguridad, equidad de género en la política y la lucha contra la corrupción, en un contexto electoral en el que prevaleció la violencia política.

**Figura 4. Cronología de las principales incidencias del 17 al 23 de marzo**

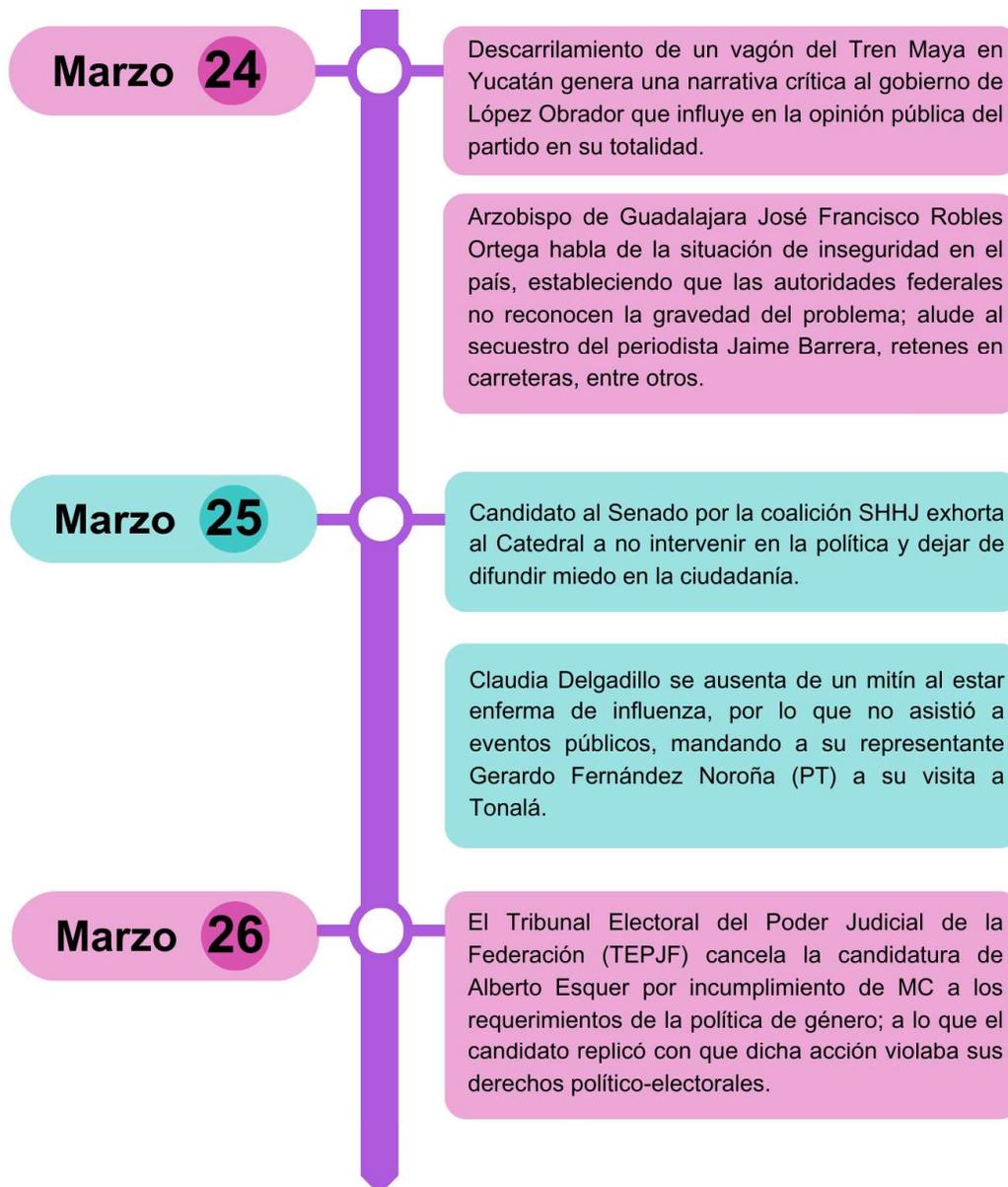


Fuente: Elaboración propia.



En el periodo del 24 al 30 de marzo de 2024 iniciaron las encuestas ganando terreno en la contienda electoral, incluso si estas aún no inician. El turismo fue el tema que ocupó el primer lugar en la cobertura de todos los medios y las propuestas de las candidatas y el candidato a la gubernatura retomaron con menos fuerza el eje de seguridad, aunque no dejó de ser una constante.

**Figura 5. Cronología de las principales incidencias del 24 al 30 de marzo**

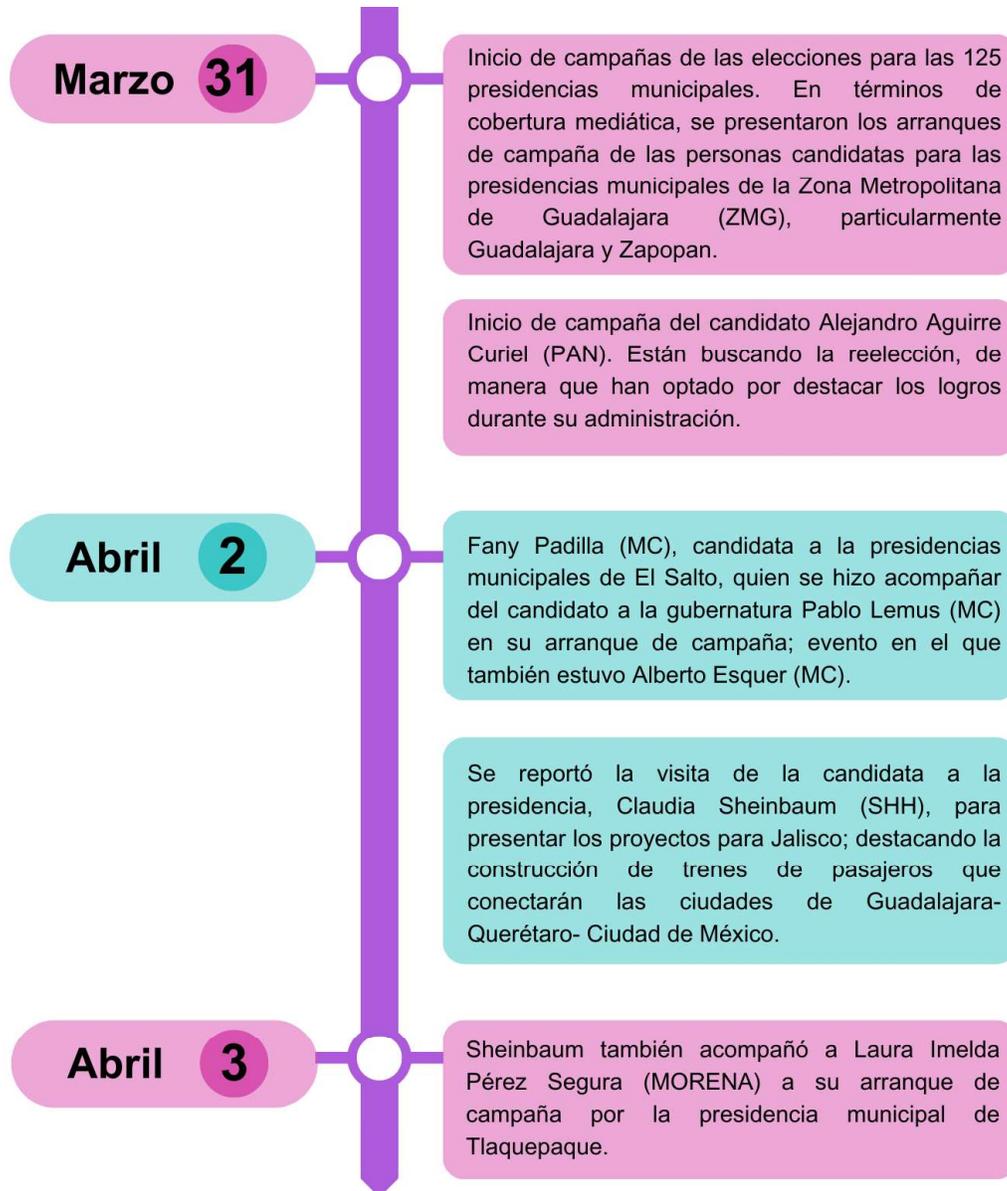


Fuente: Elaboración propia.



Durante la semana del 31 de marzo al 6 de abril comenzaron las campañas para las elecciones locales centradas principalmente en las presidencias municipales. Se encuentran en disputa 125 municipios, de los cuales 48 están gobernados por MC, 25 por el PRI, 19 por el PAN, 14 por MORENA y el resto por otros partidos.

**Figura 6. Cronología de las principales incidencias del 31 de marzo al 6 de abril**

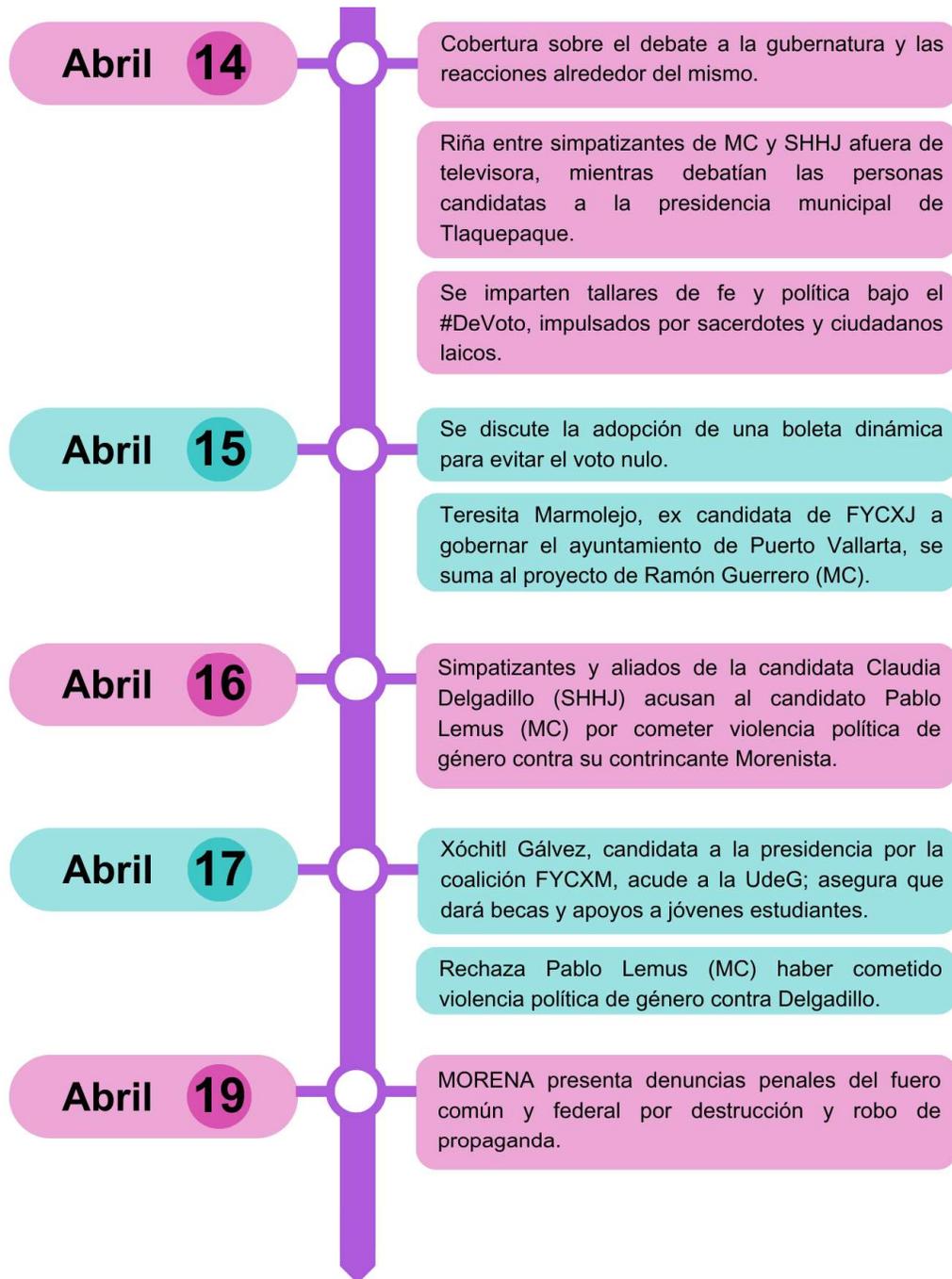


Fuente: Elaboración propia.



Del 14 al 20 de abril, ocurrieron algunas incidencias que resultan significativas para caracterizar el contexto en el panorama electoral a nivel local.

**Figura 7. Cronología de las principales incidencias del 14 al 20 de abril**

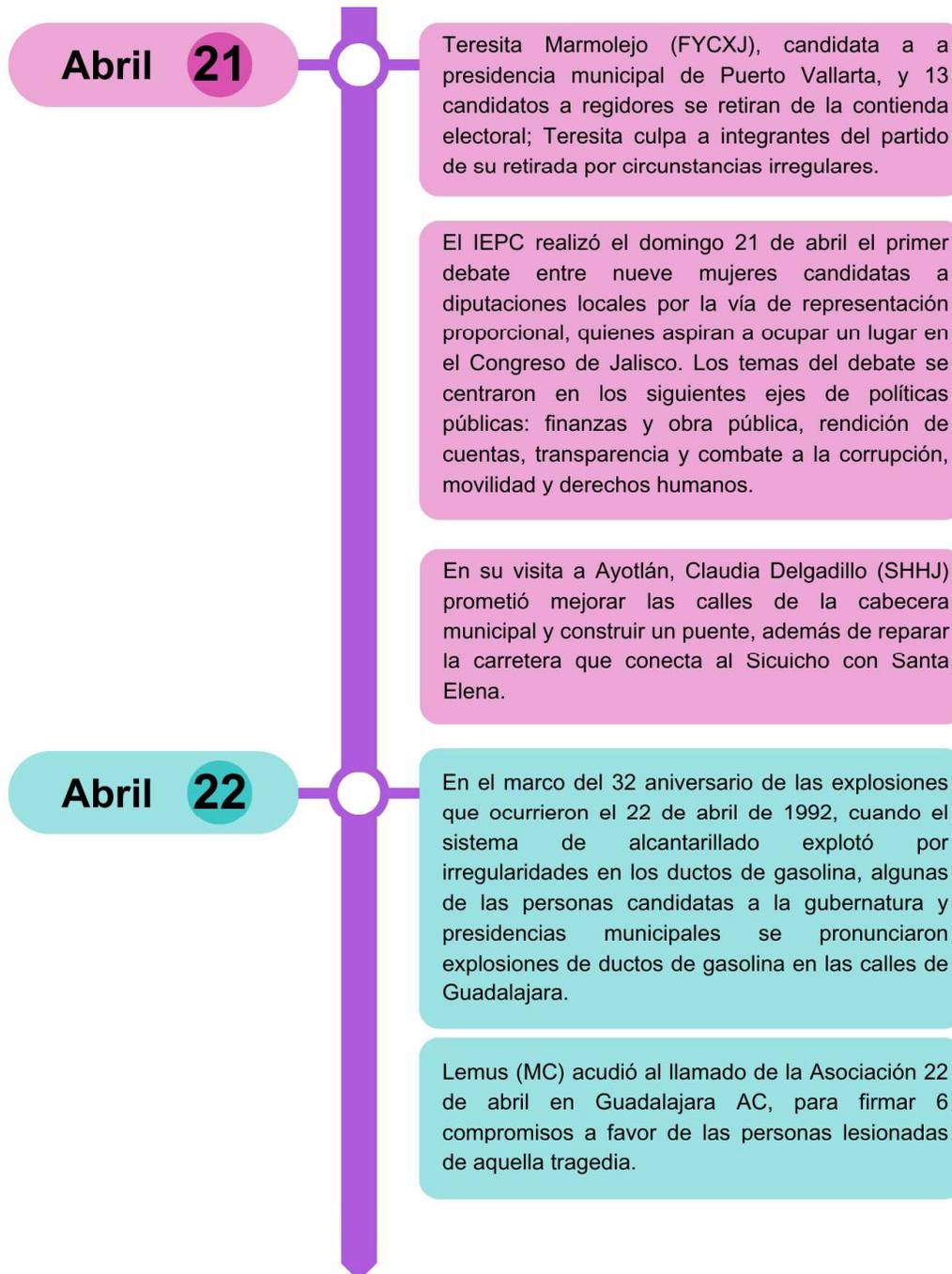


Fuente: Elaboración propia.



A lo largo de la semana del 21 al 27 de abril los incidentes que tuvieron mayor significación fueron las siguientes:

**Figura 8. Cronología de las principales incidencias del 21 al 27 de abril**



Fuente: Elaboración propia.



Además, en el periodo del 28 de abril al 4 de mayo se resaltan los 7 acontecimientos más relevantes:

**Figura 9. Cronología de las principales incidencias del 28 de abril al 04 de mayo**

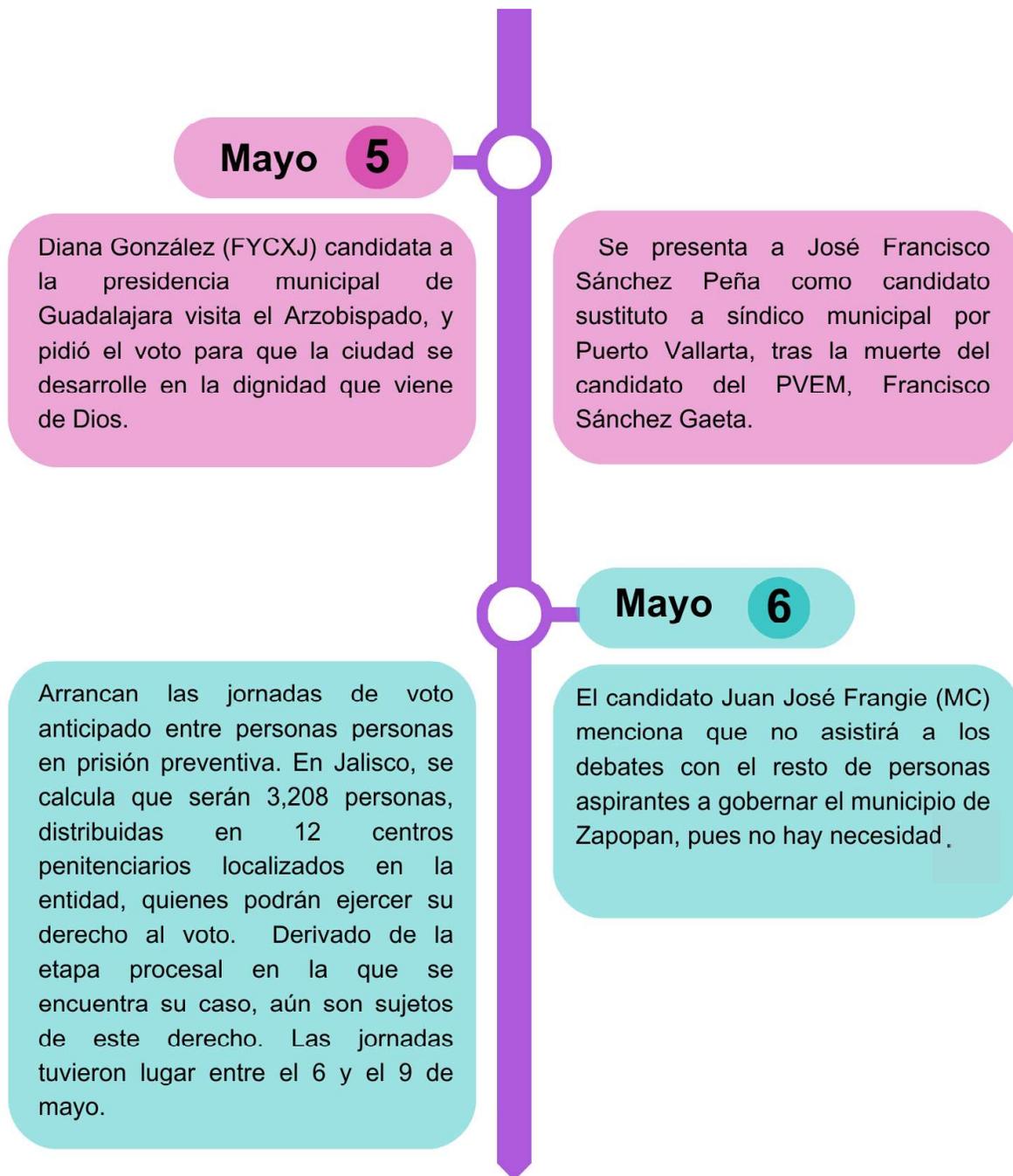


Fuente: Elaboración propia.



Durante la semana del 5 al 11 de mayo, ocurrieron algunas incidencias donde las personas candidatas a los cargos electorales fueron las principales involucradas, debido a sus discursos, peticiones o propuestas de campaña.

**Figura 10. Cronología de las principales incidencias del 05 al 11 de mayo**





## 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

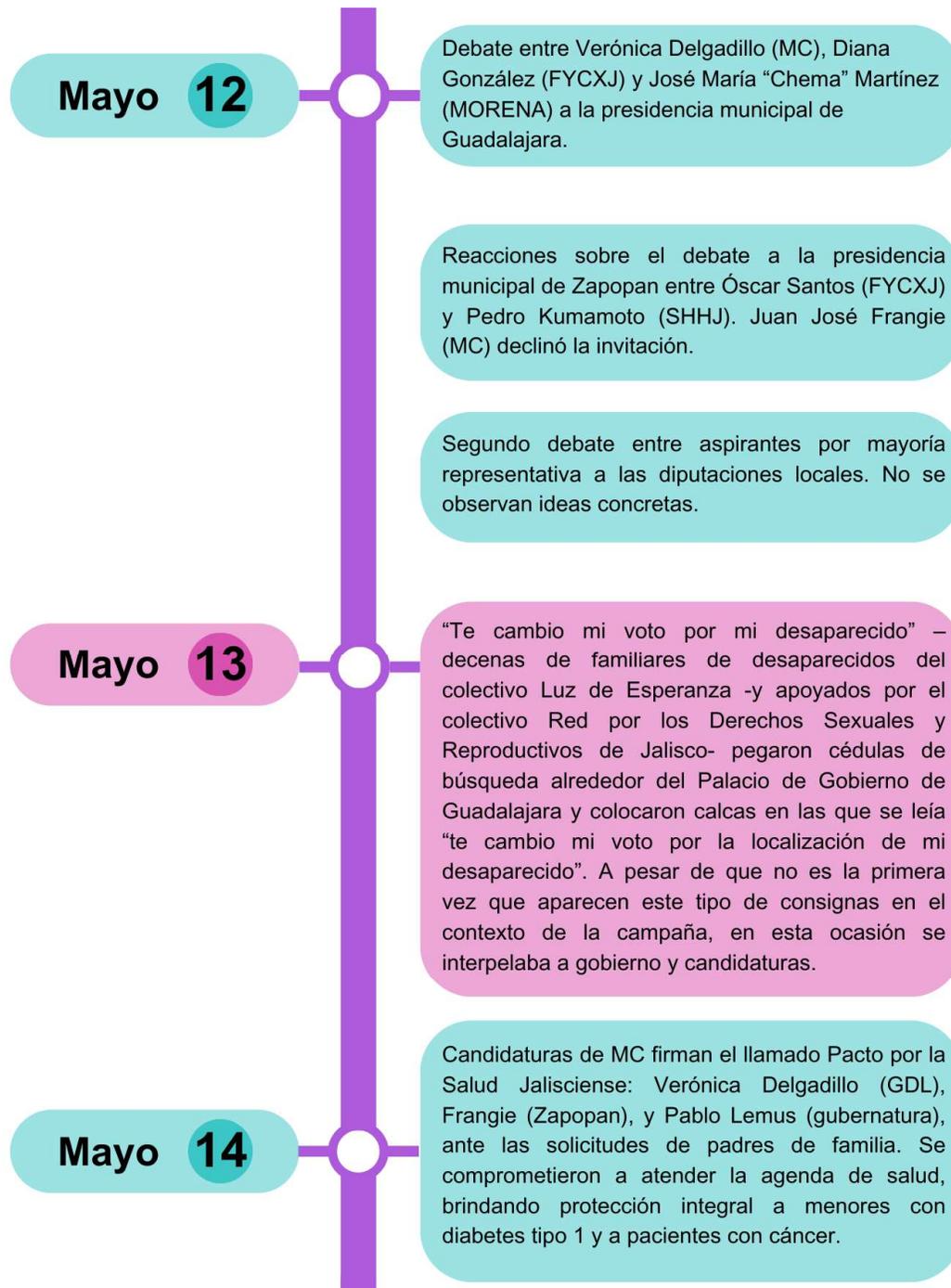
Un amplio conjunto de madres buscadoras, organizadas en colectivas o de manera independiente, salieron a las calles y pidieron a las autoridades que hallen a sus hijas e hijos desaparecidos. Las madres aprovecharon la coyuntura electoral para pedir a las y los aspirantes a puestos de elección popular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

Fuente: Elaboración propia.



A tres semanas de las elecciones, del 12 al 18 de mayo, se pusieron sobre la mesa las propuestas de las personas candidatas durante el debate, así como sus distintas visitas a las diferentes localidades de Jalisco.

**Figura 11. Cronología de las principales incidencias del 12 al 18 de mayo**



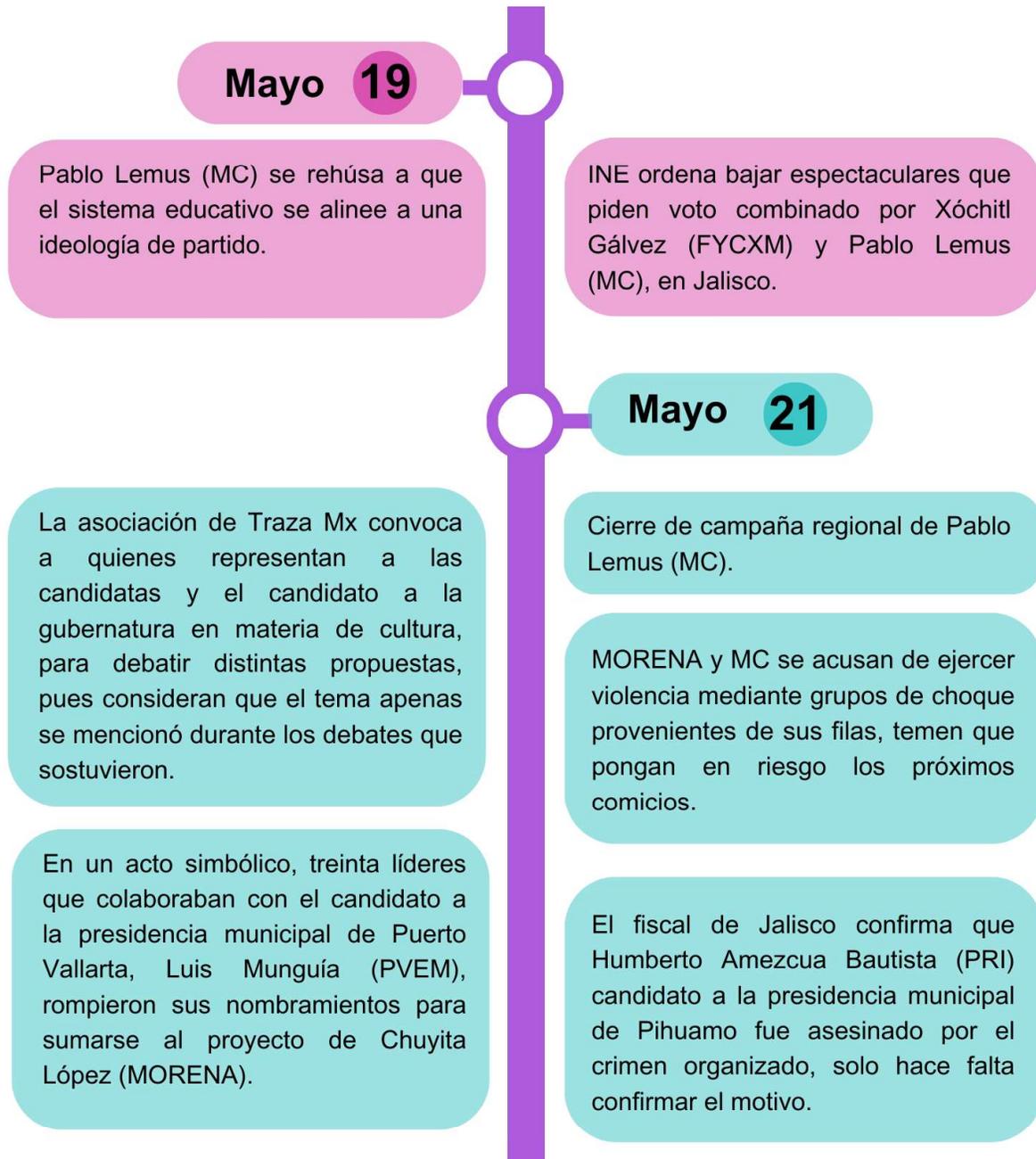


Fuente: Elaboración propia.

Durante la semana del 19 al 25 de mayo, las principales incidencias se relacionan a sanciones y denuncias entre las personas candidatas.



Figura 12. Cronología de las principales incidencias del 19 al 25 de mayo





## Mayo 22

Francisco Javier Arana Orozco (MC) candidato a la presidencia municipal de Tonalá es denunciado por el equipo de campaña de Sergio Chávez (MORENA) por comprar el voto en un acto proselitista en el que regaló utensilios domésticos a las y los asistentes.

## Mayo 23

Margarita Quintero (FYCXJ) candidata a la presidencia municipal de Puerto Vallarta, promueve un juicio de derechos políticos electorales ante el Tribunal Electoral del Estado de Jalisco porque su nombre no aparece en la boleta, sino el de la primera candidata Teresita Marmolejo López. Dijo que en caso de no salir a su favor y hacer la reimpresión, solicitará la anulación de la elección.

“Chema” Martínez (SHHJ) es acusado de falsificar y sustraer documentos, de vender plazas, de obtener una pensión de jubilación de manera ilegal y recientemente, de mandar a golpear a simpatizantes de otro partido.

La OSC Confío en México presenta agenda de inclusión que consta de tres ejes: atención integral a la discapacidad intelectual; desarrollo económico y humano para personas con discapacidad; y entorno, transporte y accesibilidad.

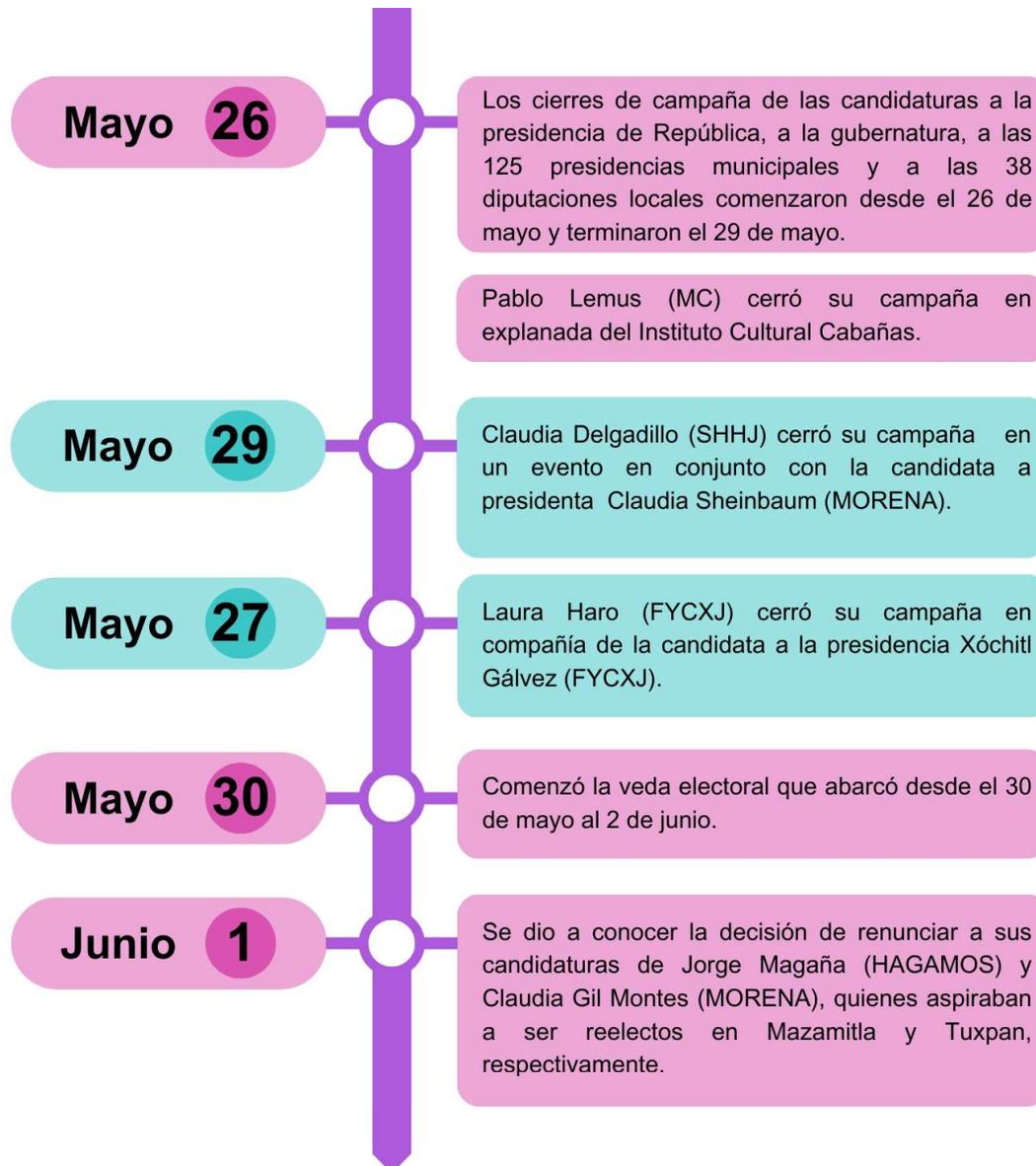
## Mayo 25

Cierre de campaña de Pablo Lemus (MC) en la explanada del Instituto Cultural Cabañas.



Del 26 de mayo al 3 de junio destacaron los cierres de campaña de las personas candidatas acompañados de sus aliados y de la ciudadanía que los apoyaba.

Figura 13. Cronología de las principales incidencias del 26 de mayo al 03 de junio



Fuente: Elaboración propia.



Figura 14. Periodo especial del proceso electoral concurrente 2023-2024

Cierre de campaña	Veda electoral	Día de la jornada electoral	Día después de la elección
<ul style="list-style-type: none"><li>• Eventos multitudinarios y refrendos de compromisos.</li><li>• Apariciones conjuntas de las candidaturas a los diferentes niveles de gobierno.</li><li>• Se pidió al electorado 6 votos de 6 por el mismo partido.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Recapitulación de cierres de campaña.</li><li>• Polémico evento privado de SHHJ en el Instituto Cultural Cabañas.</li><li>• Piezas informativas de carácter pedagógico, con datos útiles para las y los votantes.</li><li>• Violencia política.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• El momento en que las y los candidatos votaron.</li><li>• Anuncios de victoria apresurados, a partir de encuestas de salida.</li><li>• Publicación de los primeros resultados oficiales.</li><li>• Ecos de la violencia política</li><li>• Voto por personas desaparecidas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se anuncian resultados oficiales preliminares.</li><li>• Continúa la cobertura de adjudicación de triunfos anticipados.</li><li>• Se ponen en duda algunos resultados, por parte de quienes resultaron en desventaja.</li></ul>

Fuente: Elaboración propia.



### 3. VALORACIONES Y ENCUADRES

Al inicio de las campañas para la gubernatura era evidente el desequilibrio en espacios físicos en prensa impresa, ya que las mujeres candidatas aparecían al final de las páginas, junto a los obituarios y edictos. De igual forma, al candidato varón lo publicaban con foto más amplia y siempre rodeado de gente, no así a las candidatas mujeres que publicaban con una fotografía pequeña y en solitario. Esto cambió en el transcurso del periodo en favor de la visibilización de la mujeres aunque persistieron desigualdades.

Por su lado, en la revisión de campañas para presidencia municipal, hubo poco seguimiento al inicio de estas, excepto en el caso del candidato Gerardo Quirino Velázquez (MC) para el municipio Tlajomulco, que desde el inicio tuvo una presencia constante y preferente en algunos medios impresos y digitales a diferencia de sus oponentes. Las últimas semanas de la campaña, se dio un tratamiento equilibrado en la mayoría de los medios, excepto aquellos que desde el inicio evidenciaron una marcada preferencia por la visibilidad de un grupo selecto de personas candidatas.

Además, al inicio de las campañas por la gubernatura, hubo un énfasis importante en el “respaldo” de líderes masculinos a las candidatas mujeres a la gubernatura, incluida una nota donde las describen como “marionetas”. En el arranque de las campañas por municipios hubo un cambio en los “respaldos” políticos, ya que las candidatas mujeres a la gubernatura y la presidencia de la república presentaron su apoyo a candidatos hombres y mujeres. Es así que hubo menor prevalencia de sesgos y estereotipos de género en la cobertura mediática de los municipios en contraste con la gubernatura, en el caso de diputaciones locales no se identificaron sesgos y/o estereotipos de género.

Algunos ejemplos donde sí se utilizaron sesgos y estereotipos son:

- El caso de María de Jesús “Chuyita” López (MORENA - Puerto Vallarta), la cobertura mediática se centraba en narrativas de “amor y cuidado”, y la describía como “madre y abuela”.
- La entrevista realizada a Verónica Delgadillo (MC - Guadalajara) donde se le



pregunta si sabe cocinar, cuántos novios ha tenido y si dejaría la política por su familia.

En el contexto de los tres debates de gubernaturas, se estableció una evaluación sobre cómo se representaron y percibieron las capacidades en el manejo de las candidaturas.

- Primer debate: Tratamiento mediático que caracterizaba a Pablo Lemus (MC) como vulnerable a ser señalado de misoginia al debatir contra dos mujeres.
- Segundo debate: Señalamiento de Pablo Lemus (MC) a Claudia Delgadillo (SHHJ) de tener una “relación íntima” con un presunto defraudador.
- Tercer debate: Cobertura mediática donde se comentó que las candidatas “perdieron los estribos”, “hicieron un escándalo” ante señalamientos del candidato Pablo Lemus (MC).

Respecto a grupos en condiciones de vulnerabilidad, no se encontraron actos de discriminación explícita en el tratamiento mediático, aunque sí hubo una distribución desigual en la cobertura mediática hacia ellos, pues únicamente algunos sectores como las mujeres y la diversidad sexual recibieron atención, es decir hubo una representación y visibilidad en los medios aún limitada. No obstante, se observó la tendencia creciente para incluir propuestas específicas para grupos vulnerables.

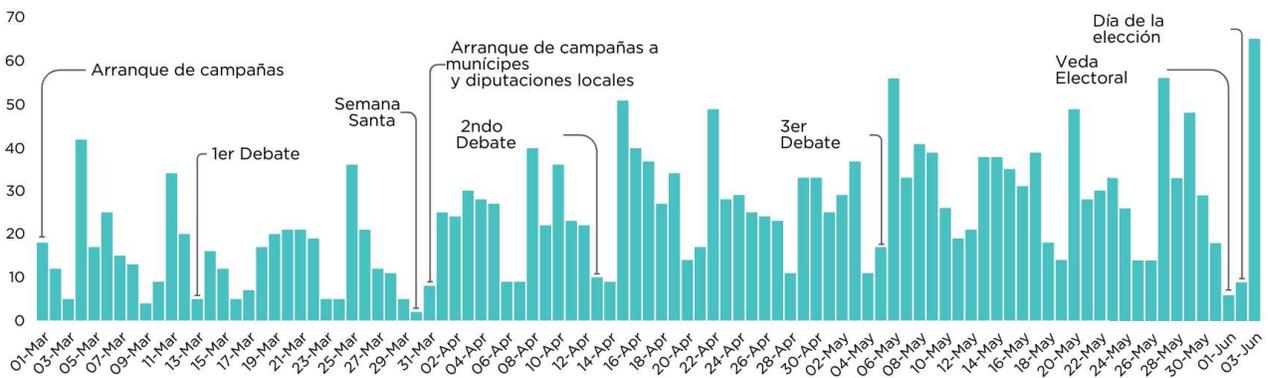
Por último, fue evidente el esfuerzo creciente pero aún insuficiente para adoptar una comunicación verdaderamente equitativa y sin sesgos de género. Aunque algunos medios hicieron esfuerzos por utilizar términos neutros y desdoblamiento, el uso del masculino genérico siguió siendo una barrera significativa para la visibilización equitativa de todas las personas candidatas. Es así que el lenguaje masculino como genérico puede derivar en una invisibilización sistemática de las candidatas mujeres en todos los niveles. Además, se interpreta la discriminación y violencia política contra las mujeres en razón de género, ya que hubo inequidad en los espacios y detalles de la cobertura a las candidatas a la gubernatura, especialmente hacia Laura Haro (FYCXJ), siendo un factor que puede influir en la toma de decisiones del electorado.



### 3.1 Resultados en prensa impresa de candidaturas a la gubernatura

Durante el período comprendido del 01 de marzo al 03 de junio del 2024, se analizaron 10 periódicos en versión prensa impresa, así como 6 periódicos y revistas en versión digital. De lo anterior se registraron un total de 2,276 notas donde se hacía alguna mención a las candidatas o el candidato para la titularidad del ejecutivo local, lo cual se traduce en un promedio de 24 notas al día sobre este respecto.

**Figura 15. Notas totales publicadas del 01 de abril al 03 de junio de 2024**



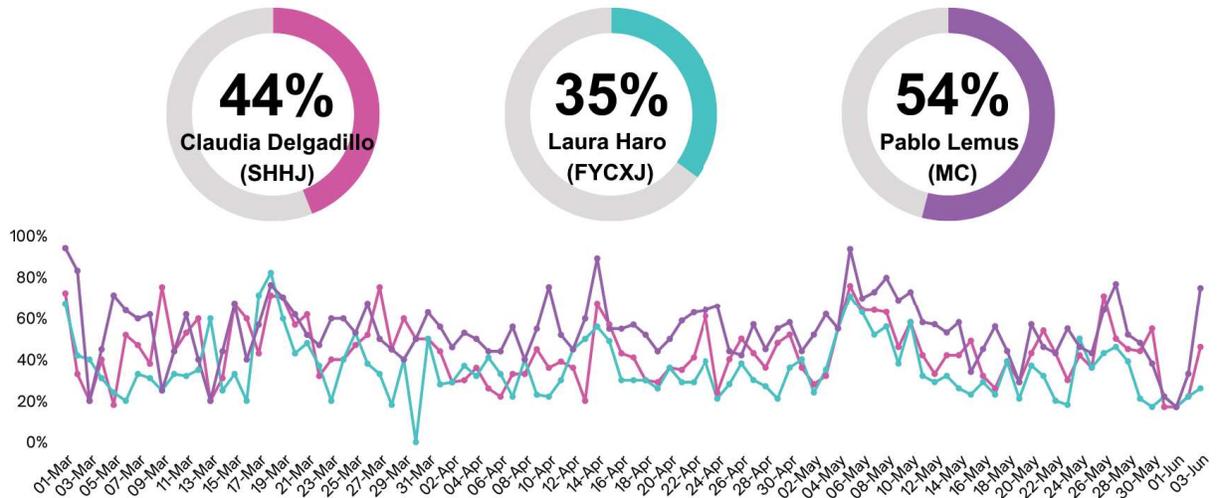
Fuente: Elaboración propia.

Respecto la cobertura de las candidatas y el candidato, Pablo Lemus (MC) encabezó la cobertura con 54% de menciones en el total de noticias publicadas durante el período de análisis. Mientras que Claudia Delgadillo (SHHJ) y Laura Haro (FYCXJ) recibieron menciones en 44% y 35% de las 2,276 notas, respectivamente.

En lo referente a frecuencia de menciones por partido, durante el 01 de marzo al 03 de junio del 2024 MC y MORENA lideraron la cobertura con 52.9% y 45.5% de menciones, respectivamente, en las 2,276 notas publicadas en prensa impresa. El PAN, PRI, PRD y la coalición FYCXJ fueron mencionados en el 17.6%, 23.1%, 13.5% y 24.1% de las notas en el orden dado. Por otro lado, los partidos PT, PVEM, HAGAMOS y FUTURO tuvieron una cobertura del 11.4%, 15.7%, 14% y 14.3% respectivamente, mientras que la coalición SHHJ fue mencionada en el 26.1% de las notas.



Figura 16. Porcentaje de cobertura por persona candidata del 01 de marzo al 03 de junio de 2024



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.

Figura 17. Porcentaje de cobertura por partido o coalición del 01 de marzo al 03 de junio de 2024



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

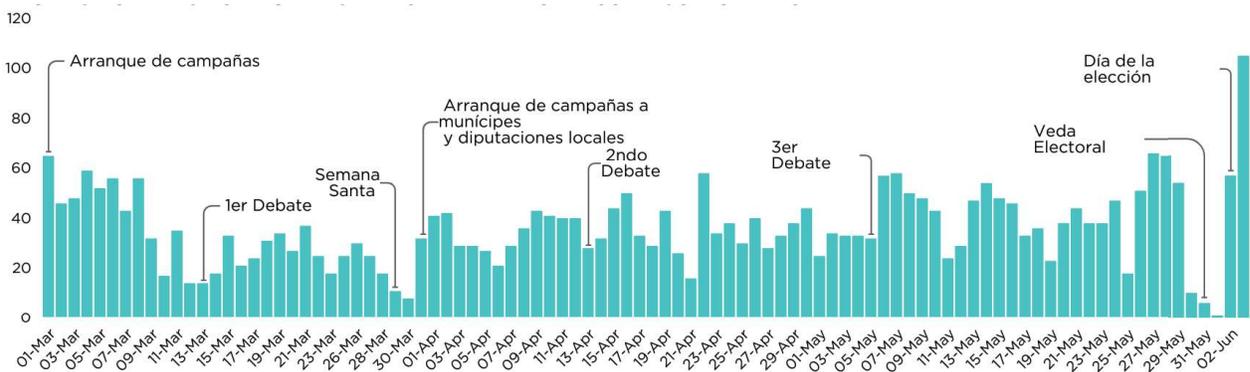
Fuente: Elaboración propia.



### 3.2 Resultados en prensa digital de candidaturas a la gubernatura

En el período comprendido del 01 de marzo al 03 de junio del 2024, se monitorearon 21 portales digitales de noticias y se documentaron un total de 3,477 notas donde se hacía alguna mención a las candidatas o el candidato para la titularidad del ejecutivo local, en promedio se publicaron 36 notas diarias sobre este tema.

**Figura 18. Notas totales publicadas del 01 de abril al 03 de junio de 2024**



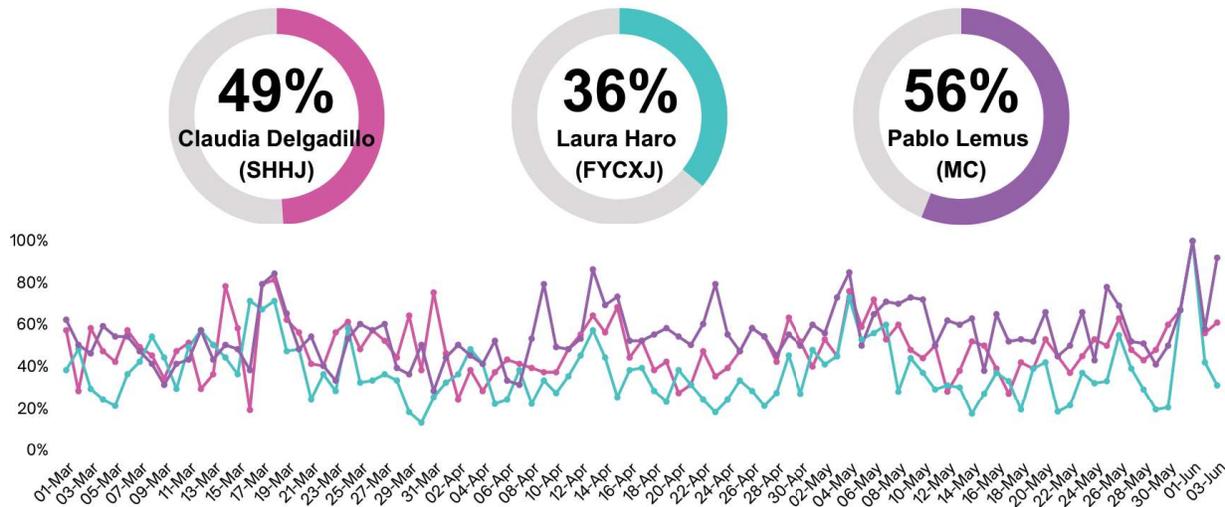
Fuente: Elaboración propia.

En lo concerniente a la cobertura de las candidatas y el candidato, Pablo Lemus (MC) encabezó la cobertura con 56% de menciones en el total de noticias publicadas durante el período de análisis. Mientras que Claudia Delgadillo (SHHJ) y Laura Haro (FYCXJ) recibieron menciones en 49% y 36% de las 3,477 notas, respectivamente.

MC y MORENA encabezaron la proporción de cobertura mediática que recibió cada partido durante el 01 de marzo al 03 de junio del 2024, con un 53.3% y 42.4%, respectivamente, en las 3,477 notas publicadas en portales digitales. El PAN, PRI, PRD y la coalición FYCXJ fueron mencionados en el 19.6%, 22.9%, 17.6% y 24.1% de las notas en el orden dado. Por otro lado, los partidos PT, PVEM, HAGAMOS y FUTURO tuvieron una cobertura del 15.2%, 13.6%, 14.8% y 15.5% respectivamente, mientras que la coalición SHHJ fue mencionada en el 29.6% de las notas.



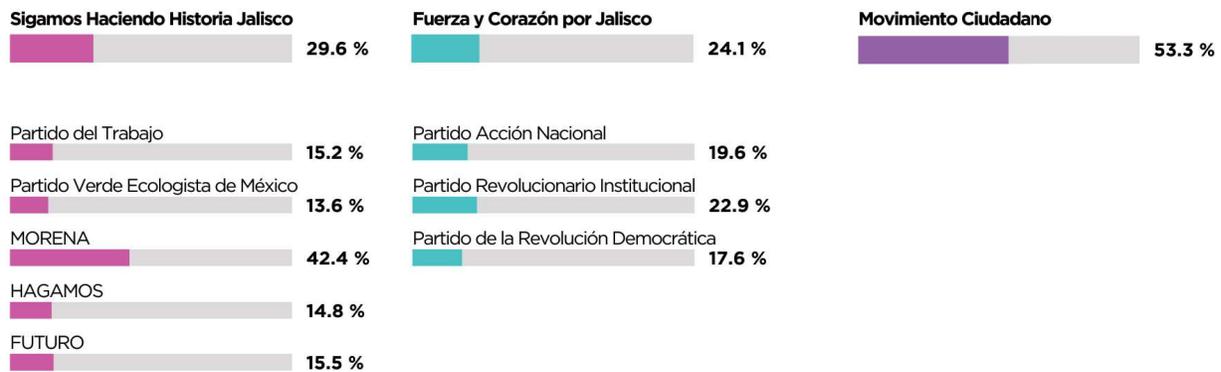
Figura 19. Porcentaje de cobertura por persona candidata del 01 de marzo al 03 de junio de 2024



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.

Figura 20. Porcentaje de cobertura por partido o coalición del 01 de marzo al 03 de junio de 2024



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

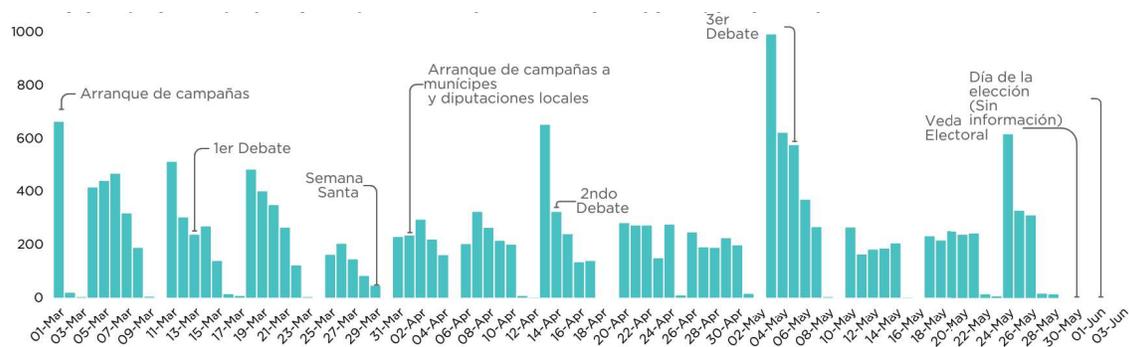
Fuente: Elaboración propia.



### 3.3 Resultados en televisión y radio de candidaturas a la gubernatura

Para el período correspondiente al 01 de marzo al 03 de junio del 2024, se analizaron 21 programas de televisión y 62 de radio. El resultado de la transcripción y análisis de los programas antes señalados, registraron un total de 14,399 menciones a las candidatas o el candidato para la gubernatura de Jalisco, es decir, en promedio 2,021 menciones al día sobre lo antes descrito.

**Figura 21. Menciones totales publicadas del 01 de abril al 03 de junio de 2024**



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la cobertura de las candidatas y el candidato, Pablo Lemus (MC) encabezó la cobertura con 45% de menciones en el total de noticias publicadas durante el período de análisis. En contraste Claudia Delgadillo (SHHJ) y Laura Haro (FYCXJ) recibieron menciones en 29% y 26% de las menciones totales, respectivamente.

Referente a la frecuencia de menciones por partido, MC y MORENA lideran el conteo, ambos partidos con un 24% del total. En comparación, el PAN, PRI, PRD y la coalición FYCXJ fueron mencionados en el 8%, 9%, 5% y 8% del total en el orden dado. Asimismo, los partidos PT, PVEM, HAGAMOS y FUTURO tuvieron una cobertura del 1%, 4%, 2% y 7% respectivamente, mientras que la coalición SHHJ fue mencionada en el 7% de las 14,399 menciones.



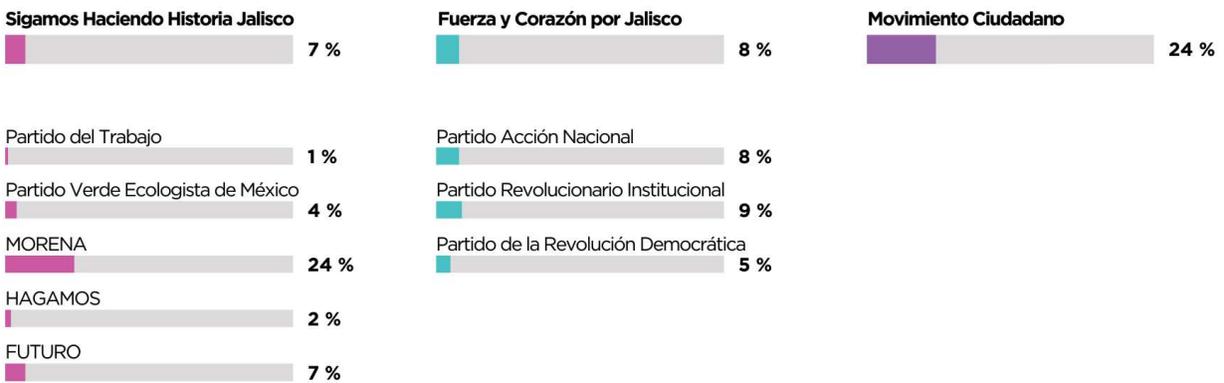
Figura 22. Porcentaje de cobertura por persona candidata del 01 de marzo al 03 de junio de 2024



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.

Figura 23. Porcentaje de cobertura por Partido o coalición del 01 de marzo al 03 de junio de 2024



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

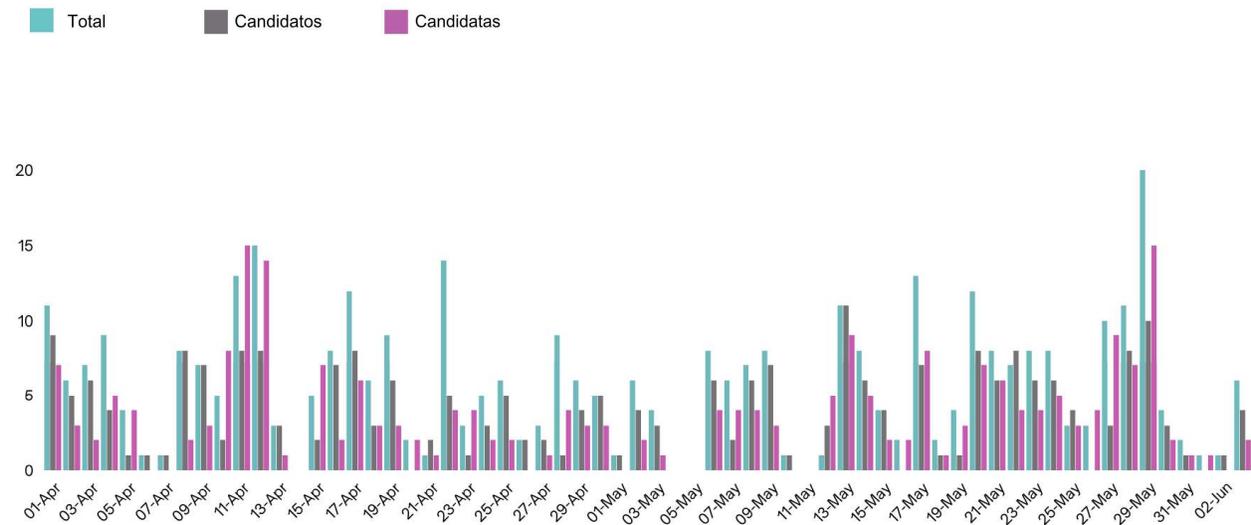
Fuente: Elaboración propia.



### 3.4 Resultados en prensa impresa de candidaturas a diputaciones locales

En el período correspondiente del 01 de abril al 03 de junio de 2024, se contabilizaron 371 notas publicadas en prensa impresa y en las cuales se hacía alguna mención de personas candidatas a una diputación en Jalisco. De dichas notas, 250 contenían menciones a candidatos y 305 menciones a candidatas; asimismo en promedio diario se registraron 6 notas al respecto.

**Figura 24. Notas totales publicadas del 01 de abril al 03 de junio de 2024**



Fuente: Elaboración propia.

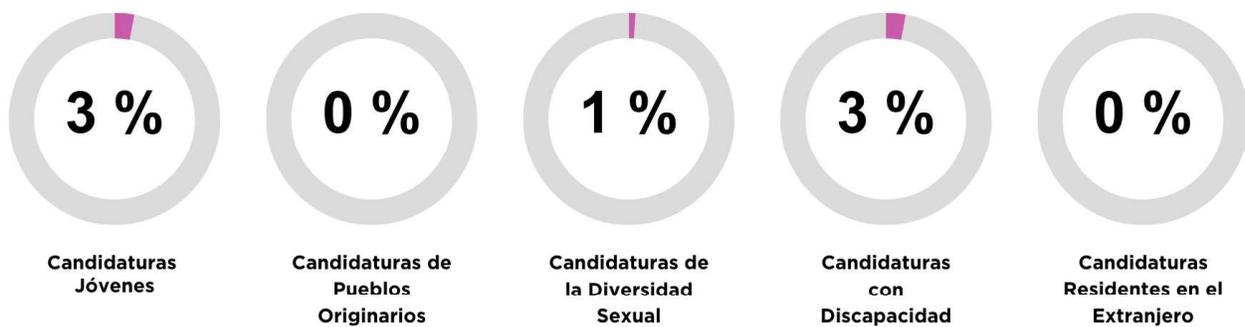
En adición a lo anterior, en el 3% de las notas totales se identificaron menciones a candidaturas jóvenes, en el 1% menciones a personas candidatas con alguna discapacidad y 1% a candidaturas de la diversidad sexual. Durante el período de análisis no se mencionaron candidaturas de pueblos originarios o residentes en el extranjero.

En lo referente al conteo de menciones por partido político, MC lidera la cobertura con 45% de menciones en las 371 notas publicadas, en segundo lugar se encuentra



MORENA que obtuvo el 46.9% de las menciones. Por otro lado, el PAN, PRI, PRD y la coalición FYCXJ registraron el 18.3%, 18.1%, 10.2 y 23.2% de las menciones, respectivamente. Los partidos PT, PVEM, HAGAMOS y FUTURO tuvieron una cobertura del 11.6%, 18.1%, 14% y 15.4% respectivamente, mientras que la coalición SHHJ fue mencionada en el 26.4% de las 371 notas.

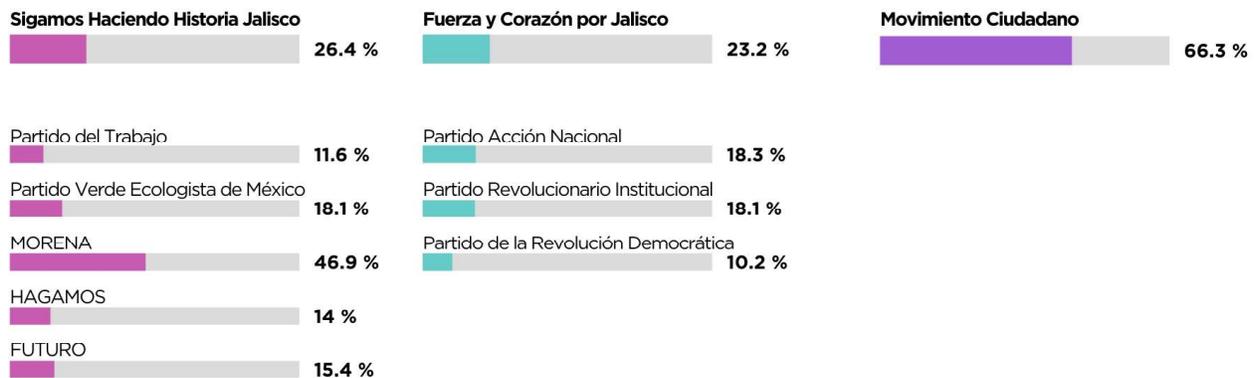
**Figura 25. Cobertura grupos de interés de personas candidatas del 01 de abril al 03 de junio de 2024**



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

Fuente: Elaboración propia.

**Figura 26. Porcentaje de cobertura por partido o coalición del 01 de abril al 03 de junio de 2024**





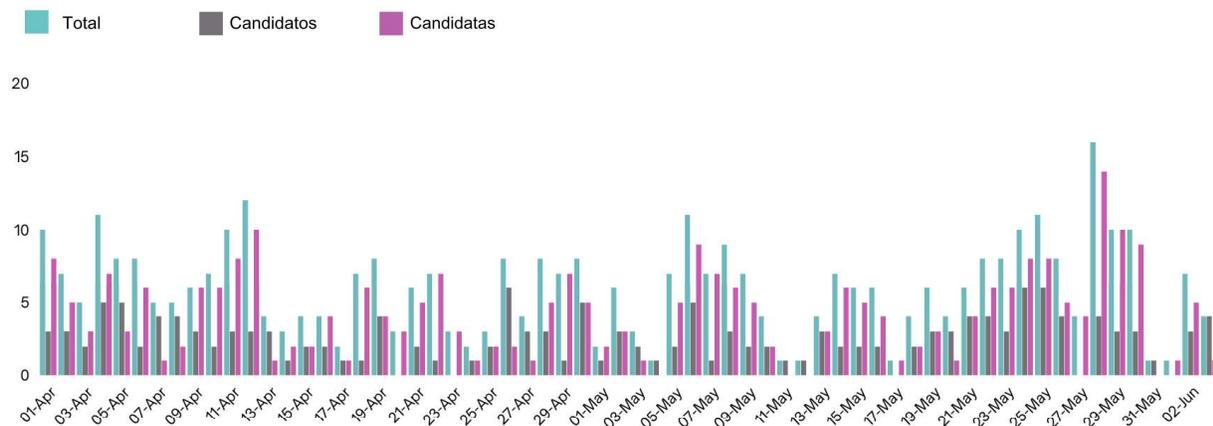
Nota: Los porcentajes no suman 100% dado que se consideran las menciones por cada grupo respecto al total de notas publicadas de forma independiente. Dos o más candidaturas pueden mencionarse en la misma nota.

Fuente: Elaboración propia.

### 3.5 Resultados en prensa digital de candidaturas a diputaciones locales

Durante el 01 de abril al 03 de junio de 2024, se contabilizaron 471 notas publicadas en prensa digitales, las cuales contenían alguna mención de personas candidatas a una diputación en Jalisco. De las 471 notas contabilizadas, 189 realizaban menciones a candidatos y 280 menciones a candidatas; en promedio diario se registraron 6 notas al respecto.

Figura 27. Notas totales publicadas del 01 de abril al 03 de junio de 2024



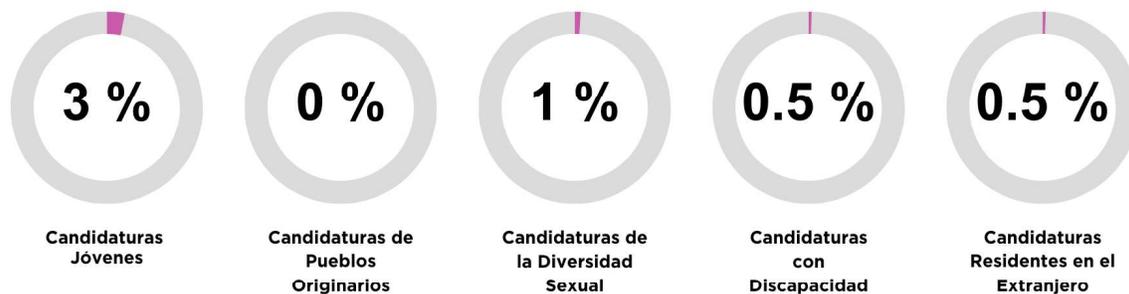
Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la cobertura de grupos de interés de personas candidatas; en el 3% de las notas totales se identificaron menciones a candidaturas jóvenes, en el 1% menciones a candidaturas de la diversidad sexual; en el 0.5% personas candidatas con alguna discapacidad y 0.5% a candidaturas residentes en el extranjero. Durante el período de análisis no se mencionaron candidaturas de pueblos originarios.



MC y MORENA encabezaron la proporción de cobertura mediática que recibió cada partido durante el período de análisis, con un 55.2% y 43.9%, respectivamente, en las 471 notas contabilizadas de portales digitales. El PAN, PRI, PRD y la coalición FYCXJ fueron mencionados en el 23.4%, 22.4%, 16.9% y 20.2% de las notas en el orden dado. En contraste, los partidos PT, PVEM, HAGAMOS y FUTURO tuvieron una cobertura del 14.1%, 12.7%, 17.5% y 16.3% respectivamente, mientras que la coalición SHHJ fue mencionada en el 20.2% de las notas.

**Figura 28. Cobertura grupos de interés de personas candidatas del 01 de abril al 03 de junio de 2024**

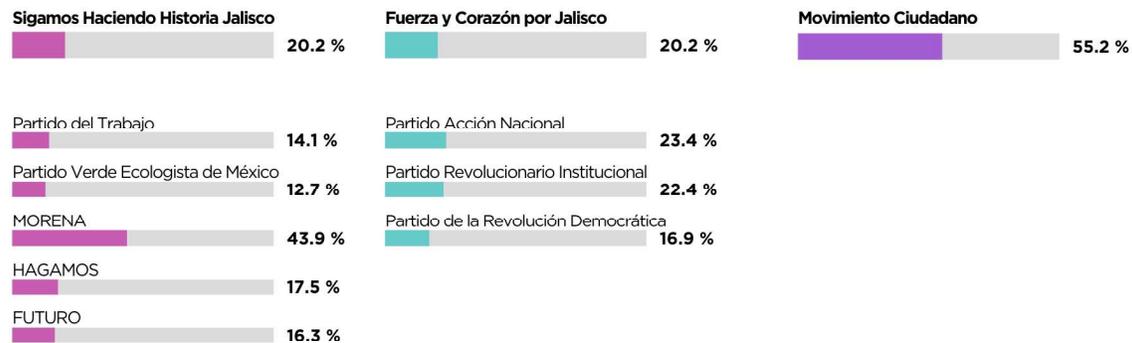


*Nota: Los porcentajes no suman 100% dado que se consideran las menciones por cada grupo respecto al total de notas publicadas de forma independiente. Dos o más candidaturas de distintos grupos pueden mencionarse en la misma nota.*

Fuente: Elaboración propia.



**Figura 29. Porcentaje de cobertura por partido o coalición del 01 de abril al 03 de junio de 2024**



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

Fuente: Elaboración propia.

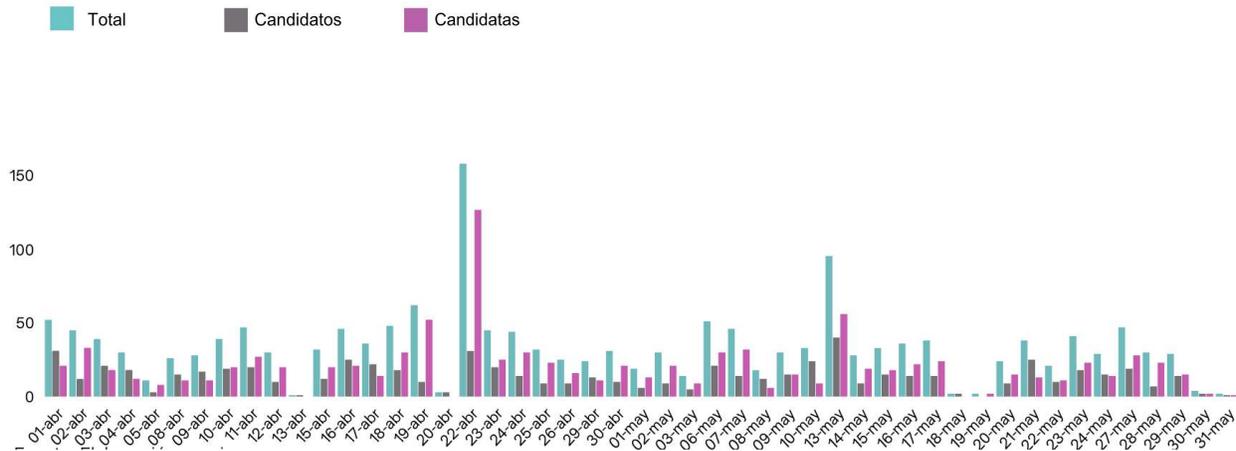
### **3.6 Resultados en televisión y radio de las candidaturas a diputaciones locales**

Respecto a las menciones en televisión y radio, del 01 de abril al 03 de julio se contabilizó un total de 1,964 menciones con un promedio diario de 26 menciones diarias. Se mencionó 841 veces a los candidatos y 1,123 veces a las candidatas.

Para radio y televisión, el 22 de abril fue el día con mayor número de menciones a las candidaturas 158. Por otro lado, el mayor número de menciones a candidatas sucedieron el 22 de abril con un total de 127. Para los candidatos, el mayor número de menciones sucedieron el 13 de mayo con un total de 40.



Figura 30. Cobertura del 01 de abril al 03 de junio de 2024



Fuente: Elaboración propia.

La cobertura en radio y televisión para candidaturas jóvenes fue del 11% del total de menciones. Para las candidaturas de pueblos originarios, de la diversidad sexual, personas con discapacidad y residentes en el extranjero, la cobertura fue del 1% de las menciones para cada una.

En lo referente a frecuencia de menciones por partido, durante el 01 de abril al 03 de junio del 2024 MC y MORENA lideraron la cobertura con 20% y 21% de las notas, respectivamente, en las 1,964 menciones en televisión y radio. El PAN, PRI, PRD y la coalición FYCXJ fueron mencionados en el 9%, 13%, 5% y 6% de las menciones en el orden dado. Por otro lado, los partidos PT, PVEM, HAGAMOS y FUTURO tuvieron una cobertura del 3%, 5%, 1% y 10% respectivamente, mientras que la coalición SHHJ fue pronunciada en el 9% de las menciones.



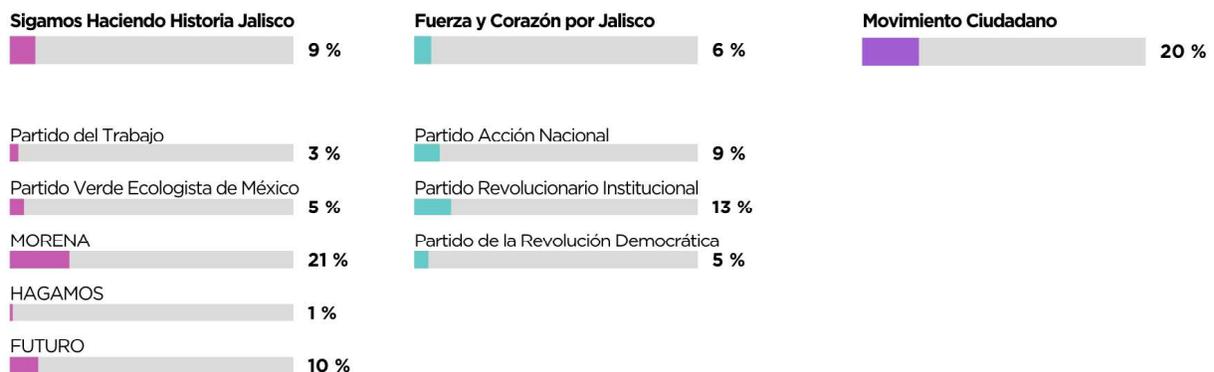
**Figura 31. Cobertura grupos de interés de personas candidatas del 01 de abril al 03 de junio de 2024**



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

Fuente: Elaboración propia.

**Figura 32. Porcentaje de cobertura por partido o coalición del 01 de abril al 03 de junio de 2024**



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

Fuente: Elaboración propia.

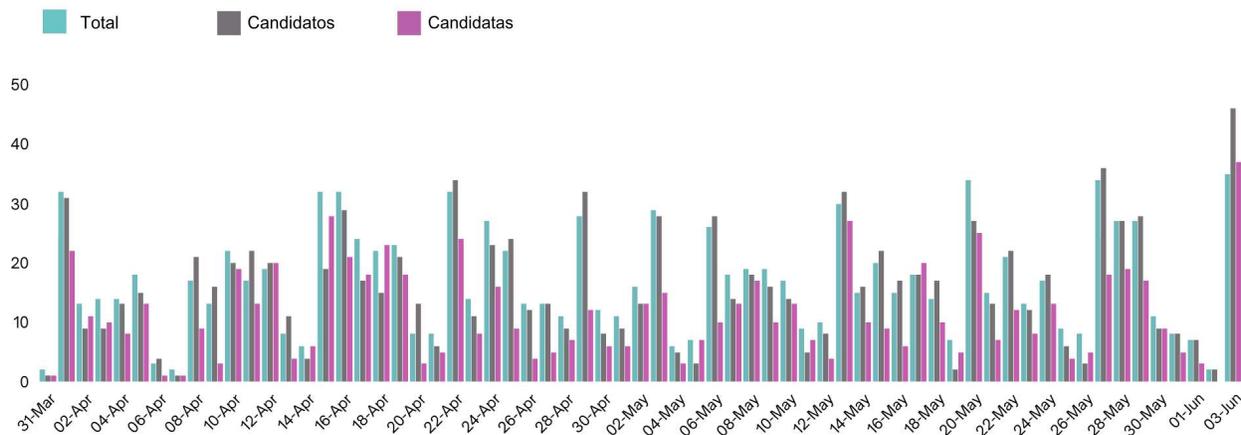


### 3.7 Resultados en prensa impresa de candidaturas a presidencias municipales

Respecto a las notas en prensa digital, del 31 de marzo al 03 de julio se contabilizó un total de 1,095 notas con un promedio diario de 17 notas diarias. Se mencionó 1,032 veces a los candidatos y 735 veces a las candidatas.

Para prensa impresa, el 03 de junio y el 20 y 27 de mayo fueron los días con mayor mención a las candidaturas con 35, 34 y 34 notas respectivamente. Por otro lado, la mayor cantidad de menciones a candidatas sucedieron el 02 de junio y el 15 de abril con 37 y 28 notas respectivamente. Para los candidatos, el mayor número de menciones sucedieron el 02 de junio y 22 de abril con 46 y 34 notas cada día respectivamente.

**Figura 33. Notas totales publicadas del 31 de marzo al 03 de junio de 2024**



Fuente: Elaboración propia.

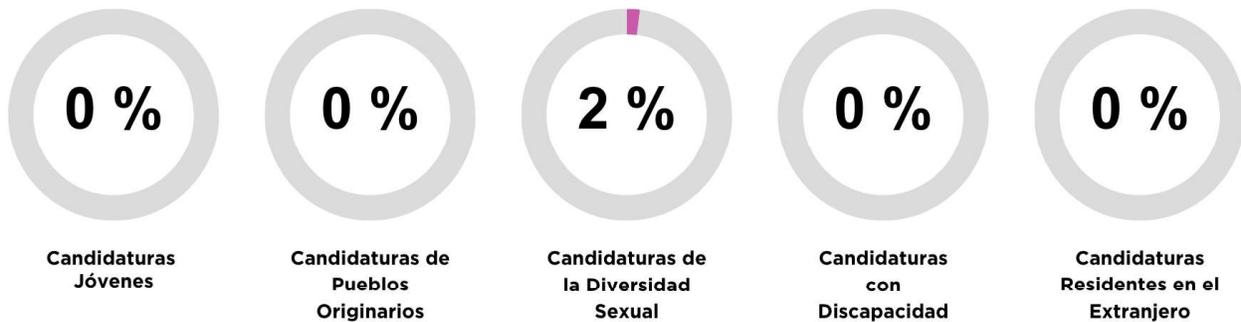
La cobertura en prensa impresa para candidaturas de la diversidad sexual fue del 2% de las notas. Respecto a los demás grupos, no se registró ninguna nota.

En lo referente a frecuencia de notas por partido, durante el 31 de marzo al 03 de junio del 2024 MC y MORENA lideraron la cobertura con 70.9% y 52.8% de las notas, respectivamente, en las 1,095 notas publicadas en prensa digital. El PAN, PRI, PRD y



la coalición FYCXJ fueron mencionados en el 22.5%, 24%, 15% y 25.7% de las notas en el orden dado. Por otro lado, los partidos PT, PVEM, HAGAMOS y FUTURO tuvieron una cobertura del 16.5%, 26.3%, 21.6% y 23.6% respectivamente, mientras que la coalición SHHJ fue mencionada en el 30.9% de las notas.

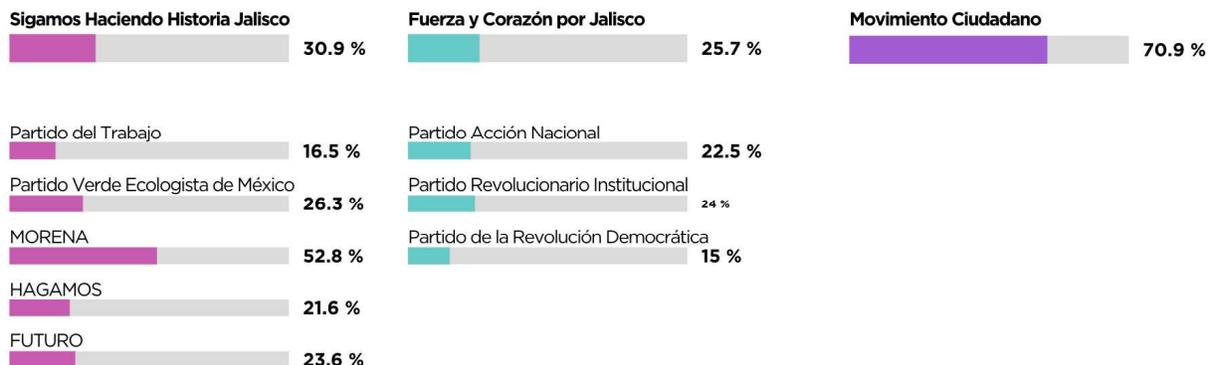
**Figura 34. Cobertura grupos de interés de personas candidatas del 01 de abril al 03 de junio de 2024**



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

Fuente: Elaboración propia.

**Figura 35. Porcentaje de cobertura por partido o coalición del 01 de abril al 03 de junio de 2024**





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

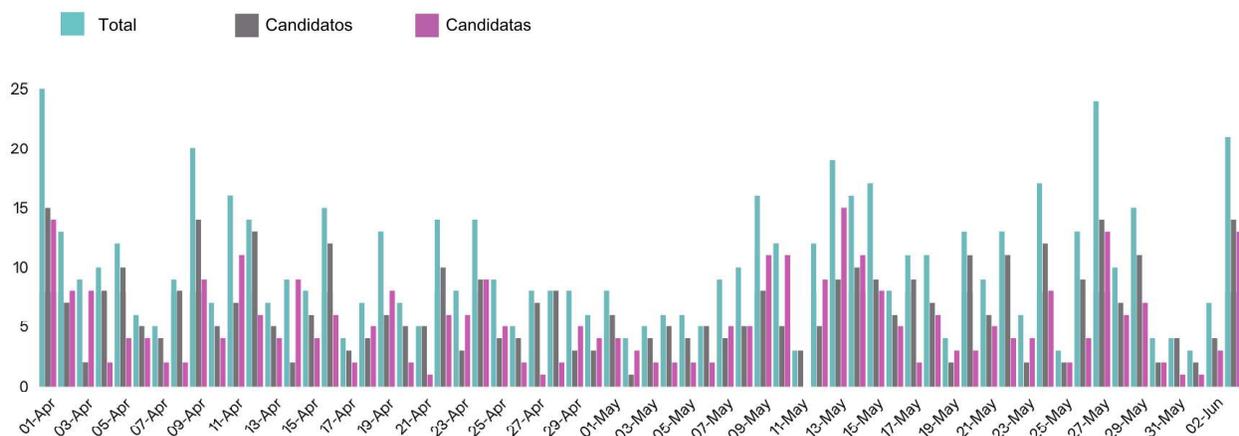
Fuente: Elaboración propia.

### 3.8 Resultados en prensa digital de candidaturas a presidencias municipales

Respecto a las notas en prensa digital, del 01 de abril al 03 de julio se contabilizó un total de 645 notas con un promedio diario de 10 notas diarias. Se mencionó 415 veces a los candidatos y 337 veces a las candidatas.

Para prensa impresa, el 01 de abril y el 27 de mayo fueron los días con mayor mención a las candidaturas con 25 y 24 notas respectivamente. Por otro lado, la mayor cantidad de menciones a candidatas sucedieron el 13 de mayo y el 01 de abril con 15 y 14 notas respectivamente. Para los candidatos, el mayor número de menciones sucedieron el 01 de abril y 09 de abril, 27 de mayo y 03 de junio con 14 notas cada día.

**Figura 36. Notas totales publicadas del 01 de abril al 03 de junio de 2024**



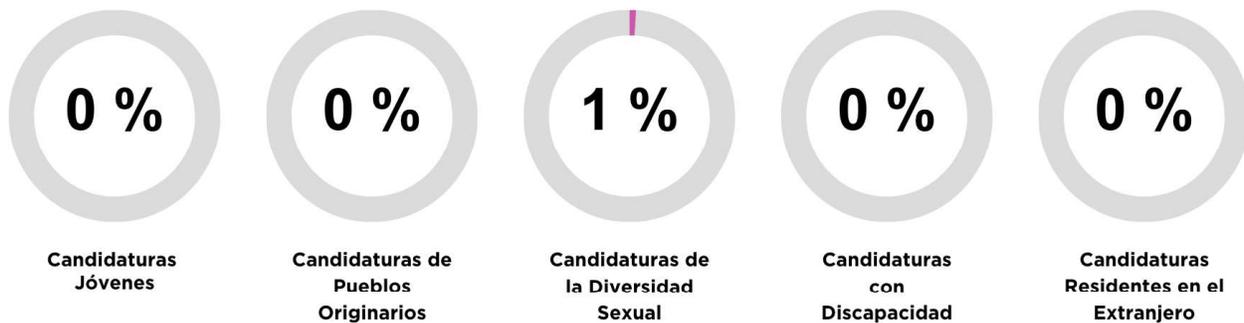
Fuente: Elaboración propia.



La cobertura en prensa digital para candidaturas de la diversidad sexual fue del 1% de las notas. Respecto a los demás grupos, no se registró ninguna mención.

En lo referente a frecuencia de notas por partido, durante el 01 de abril al 03 de junio del 2024 MC y MORENA lideraron la cobertura con 63% y 50.8% de las notas, respectivamente, en las 645 notas publicadas en prensa digital. El PAN, PRI, PRD y la coalición FYCXJ fueron mencionados en el 21.7%, 24.9%, 17.2% y 19.7% de las notas en el orden dado. Por otro lado, los partidos PT, PVEM, HAGAMOS y FUTURO tuvieron una cobertura del 17.5%, 24.8%, 16.6% y 19.3% respectivamente, mientras que la coalición SHHJ fue mencionada en el 23.7% de las notas.

**Figura 37. Cobertura grupos de interés de personas candidatas del 01 de abril al 03 de junio de 2024**

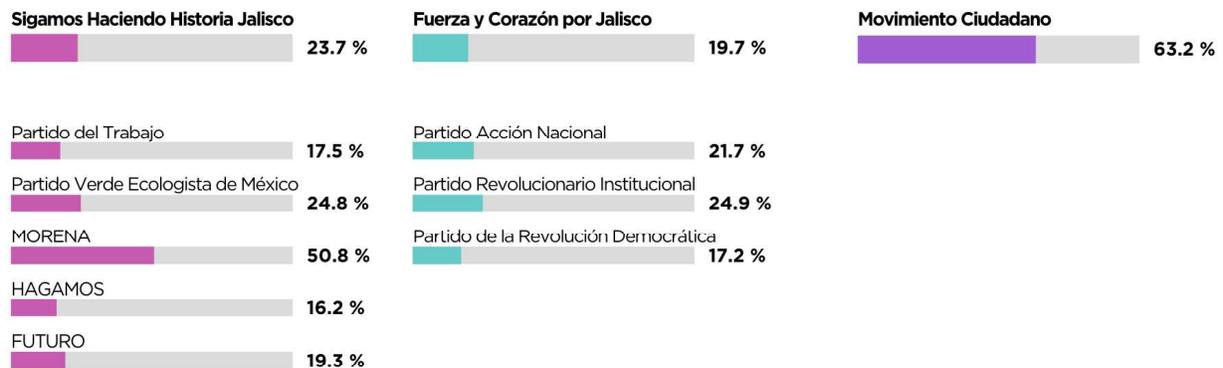


*Nota: Los porcentajes no suman 100% dado que se consideran las menciones por cada grupo respecto al total de notas publicadas de forma independiente. Dos o más candidaturas de distintos grupos pueden mencionarse en la misma nota.*

Fuente: Elaboración propia.



**Figura 38. Porcentaje de cobertura por partido o coalición del 01 de abril al 03 de junio de 2024**



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

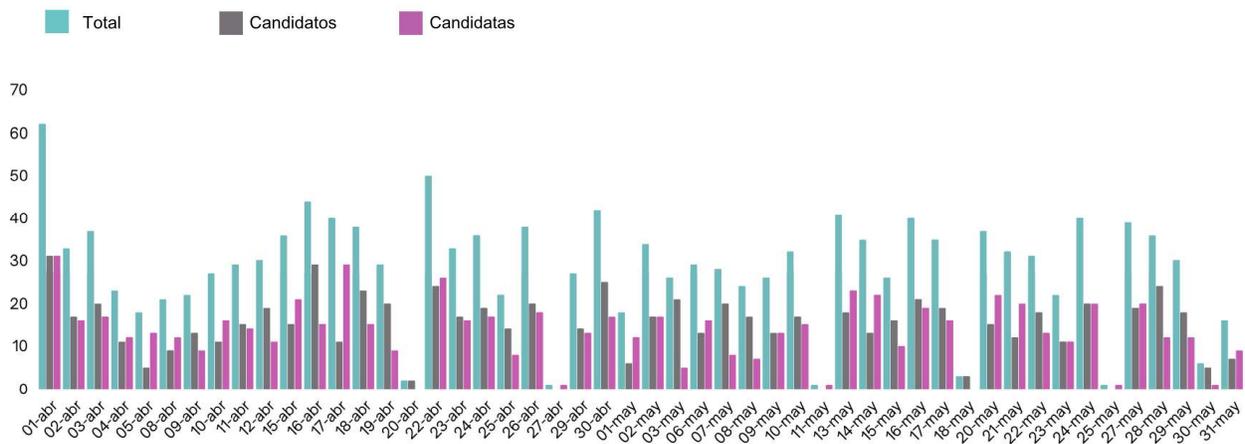
Fuente: Elaboración propia.

### **3.9 Resultados en televisión y radio de las candidaturas a presidencias municipales**

Respecto a las menciones en televisión y radio, del 01 de abril al 03 de julio hubo un total de 1,607 menciones con un promedio diario de 22 menciones. Se mencionó 849 veces a los candidatos y 758 veces a las candidatas. Para radio y televisión, el 01 de abril y el 22 de abril fueron los días con mayor mención a las candidaturas. Por otro lado, la mayor cantidad de menciones candidatas sucedieron el 01 de abril y el 17 de abril con 31 y 29 respectivamente. Para los candidatos, el mayor número de menciones sucedieron el 01 de abril y el 16 de abril con 31 y 29 en el orden mencionado.



Figura 39. Cobertura del 01 de abril al 03 de junio de 2024



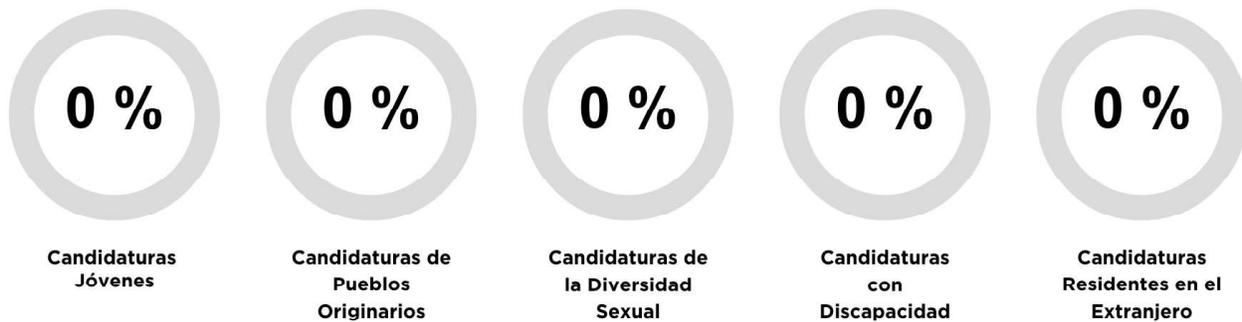
Fuente: Elaboración propia.

Respecto a la cobertura de grupos de interés, no hubo cobertura en plataformas de radio y televisión para ninguno de los cinco grupos.

En lo referente a frecuencia de menciones por partido, durante el 01 de abril al 03 de junio del 2024 MC y MORENA lideraron la cobertura con 27% y 26% de menciones, respectivamente, en las 1,607 menciones hechas publicadas en radio y televisión. El PAN, PRI, PRD y la coalición FYCXJ fueron mencionados en el 8%, 7%, 5% y 4% de las notas en el orden dado. Por otro lado, los partidos PT, PVEM, HAGAMOS y FUTURO tuvieron una cobertura del 2%, 5%, 3% y 9% respectivamente, mientras que la coalición SHHJ fue pronunciada en el 3% de las menciones.



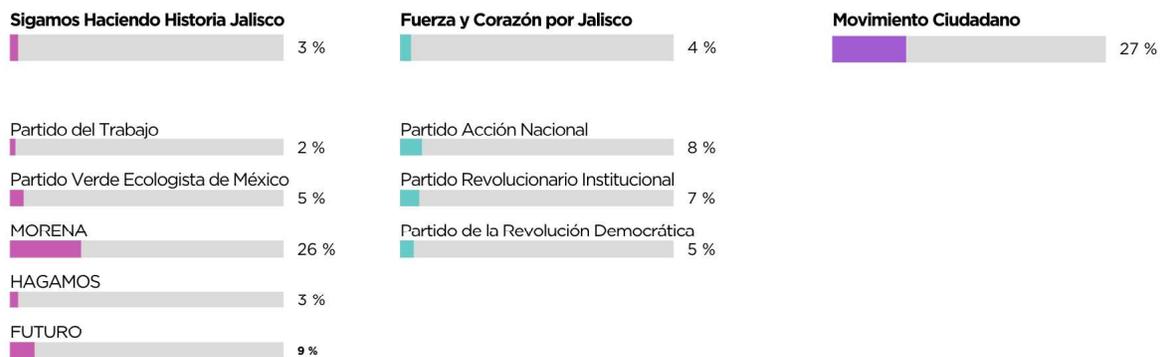
**Figura 40. Cobertura grupos de interés de personas candidatas del 01 de abril al 03 de junio de 2024**



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

Fuente: Elaboración propia.

**Figura 41. Porcentaje de cobertura por partido o coalición del 01 de abril al 03 de junio de 2024**



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

Fuente: Elaboración propia.



## 5. CONCLUSIONES

La realización de monitoreos mediáticos con perspectiva de género en el marco de un proceso electoral es fundamental para garantizar una cobertura informativa equilibrada y justa. Ejercicios que permiten identificar y visibilizar posibles sesgos de género en la representación de las personas candidatas, así como en la forma en que se abordan los temas relacionados con la igualdad de género y los derechos de las mujeres. A través de un análisis riguroso de los contenidos mediáticos, se pueden detectar patrones de discriminación y estereotipos que afectan la percepción pública y la participación política de las mujeres. Además, contribuyen a fomentar una cultura de respeto y equidad en los medios de comunicación, promoviendo una narrativa inclusiva y diversa que refleja de manera más precisa la realidad social.

Durante el periodo de todo el monitoreo mediático en el proceso electoral concurrente en Jalisco 2023-2024 se cubrieron 126 fuentes informativas de programas de radio, televisión, prensa impresa y prensa digital para seguir las actividades de las personas candidatas a la gubernatura, diputaciones locales (20 de mayoría relativa, 18 de representación proporcional) y 125 presidencias municipales; en los nueve días del denominado periodo especial se observaron las actividades de cierre de campaña, así como las publicaciones de los distintos géneros periodísticos, que cubrieron la veda electoral, el día de la elección y el día después de la jornada electoral.

La metodología empleada durante este proceso de monitoreo incluyó tres tipos de criterios: cuantitativo, cualitativo y con perspectiva de género y derechos humanos. En la primera etapa del proceso se llevó a cabo la recopilación de datos de todos los medios de comunicación monitoreados, utilizando herramientas de extracción de información y algoritmos avanzados e integrando los insumos que el IEPC proveyó para complementar la información recopilada. Una vez compilada la información, se utilizaron herramientas de detección de imagen, audio y texto, además de procesamiento de audio natural, para identificar y clasificar las piezas informativas para el monitoreo.



A partir de las piezas informativas que seleccionó previamente el equipo de análisis cuantitativo con una extracción automatizada, se analizaron detallada y sistemáticamente los contenidos de las piezas. Lo anterior, a partir de cuatro criterios: 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.

La técnica utilizada para la revisión analítica con perspectiva de género y derechos humanos se realizó a partir de las categorías técnicas y metodológicas creadas por el equipo especializado. Identificando entre otras, el uso de lenguaje incluyente y no sexista, situaciones de exclusión o discriminación en contra de personas candidatas y personas pertenecientes a grupos en situación de vulnerabilidad.

Derivado de los principales hallazgos de este monitoreo mediático se concluye la pertinencia de incluir una serie de recomendaciones para consolidar estos ejercicios y asegurar una mejora continua en su realización; considerando establecer alianzas estratégicas con organizaciones de la sociedad civil, instituciones académicas, así como organismos internacionales especializados en derechos humanos y género. También, se considera esencial capacitar a las personas encargadas del monitoreo en técnicas de análisis con perspectiva de género y en el uso de herramientas tecnológicas que faciliten la recolección y el procesamiento de datos. Desde una perspectiva cívica, debe reconocerse además que estos monitoreos pueden actuar como un instrumento de transformación pública al incentivar prácticas periodísticas más responsables y comprometidas con la igualdad de género. Por lo anterior, es importante destacar que estos esfuerzos fortalecen la democracia al asegurar que todas las voces sean escuchadas y representadas durante un proceso electoral, lo que a su vez fomenta una participación ciudadana más informada y activa en la construcción de una comunidad política implicada en los asuntos de la vida pública.



## **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  
Andrea Pérez Torres

## **Coordinación Técnica**

---

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



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

---

Alejandra Martínez Blackaller

Andrés Daniel Salinas de la Serna

Catalina Elizondo Elizondo

Elías Olivos Chávez

Emilio Gómez Montuy

Gonzalo Mendoza Olloqui

José Arturo Lozano Cantú

Óscar Medina Ilanos

Patricio Peña López

Viviana Guadalupe Delgado González

Mayra Sayonara Muñoz Sosa