



**Monitoreo de las transmisiones
sobre las precampañas
y campañas electorales
para la gubernatura
de**

**OAXACA
2022**



Introducción

Informe global sobre el *Monitoreo de programas de radio, televisión, así como de medios digitales en internet, que difundan noticias durante los periodos de precampaña y campaña del Proceso Electoral Ordinario 2021-2022 en el estado de Oaxaca.*

El presente informe muestra los resultados globales de los periodos de precampaña y de campaña desagregados por radio y televisión, y portales digitales.

Actores políticos

A continuación se muestran los actores políticos* que participan en el proceso electoral con sus correspondientes siglas:

Partido o coalición	Siglas
Partido Unidad Popular	PUP
Partido Revolucionario Institucional	PRI
Partido Verde Ecologista de México	PVEM
Partido Acción Nacional	PAN
Movimiento Ciudadano	MOVIMIENTO CIUDADANO
Partido del Trabajo	PT
Partido de la Revolución Democrática	PRD
Morena	MORENA
Partido Nueva Alianza Oaxaca	PNAO
Juntos Hacemos Historia Oaxaca	JHHO
Aspirantes** a Candidaturas Independientes	ACI

* El orden de los actores políticos corresponde a la fecha de registro ante el IEEPCO.

** De acuerdo con el “Glosario de términos del sistema integral de fiscalización” del INE un Aspirante es una persona que pretende obtener apoyo ciudadano para postularse como candidato independiente.

Nota metodológica

Para efectos de interpretar el presente reporte, se debe hacer distinción entre los siguientes conceptos, dado que no todas las cifras del conteo coincidirán entre ellas, debido a las variables consideradas en cada elemento de análisis:

- **Pieza de monitoreo.** Unidad de análisis que contiene todas las variables, es decir, la fracción o las fracciones generadas por la división de la información presentada a lo largo de la transmisión del noticiario. En la nomenclatura de esta metodología, una pieza de monitoreo equivale a una mención.
- **Pieza informativa.** Unidad completa de información que se define por las características propias del género periodístico del que se trate. Por ejemplo, un reportaje puede presentarse en el cuerpo del noticiario y en el resumen informativo. En ese caso, se trata de una sola pieza informativa, pero se toman como dos piezas de monitoreo porque se suman los tiempos que haya registrado en ambos casos, lo cual permite una mayor precisión.
- **Menciones en portales digitales:** Equivale a la aparición de cualquier persona, partido político o coalición que contiene a la gubernatura del estado de Oaxaca en toda la información publicada en dicho medio digital.
- **Valoración.** Se clasifica como información valorada aquella que presente verbalmente adjetivos calificativos o frases idiomáticas que se utilicen como adjetivos y sean mencionadas por la o el conductor o la o el reportero del noticiero.
- **Frase.** Enunciado contenido dentro de una pieza de monitoreo que menciona a cualquier grupo en situación de vulnerabilidad; o bien, a cualquier estereotipo de género de los contemplados en este reporte.

Repetición. Número de veces o frecuencia con que cualquier grupo en situación de vulnerabilidad; o cualquier estereotipo de género de los contemplados en este reporte son mencionados dentro de alguna frase o algunas frases.

Tabla de contenido

Introducción	2
Nota metodológica	3
I. Tiempo y menciones para partidos políticos, coalición o candidaturas independientes	5
II. Valoraciones por partido político, coalición o candidatura independiente	9
III. Sexo	11
IV. Igualdad de género y no discriminación. Uso de lenguaje incluyente y no sexista	13
V. Violencia política contra las mujeres en razón de género	17

I. Variable Tiempo y menciones para partidos políticos, coalición o candidaturas independientes

Para efectos del presente informe, *Tiempo* es una variable que puede medirse únicamente en los medios electrónicos; es decir, en radio y en televisión. Por lo tanto, los resultados que se muestran a continuación corresponden a esos dos medios durante ambos periodos electorales.

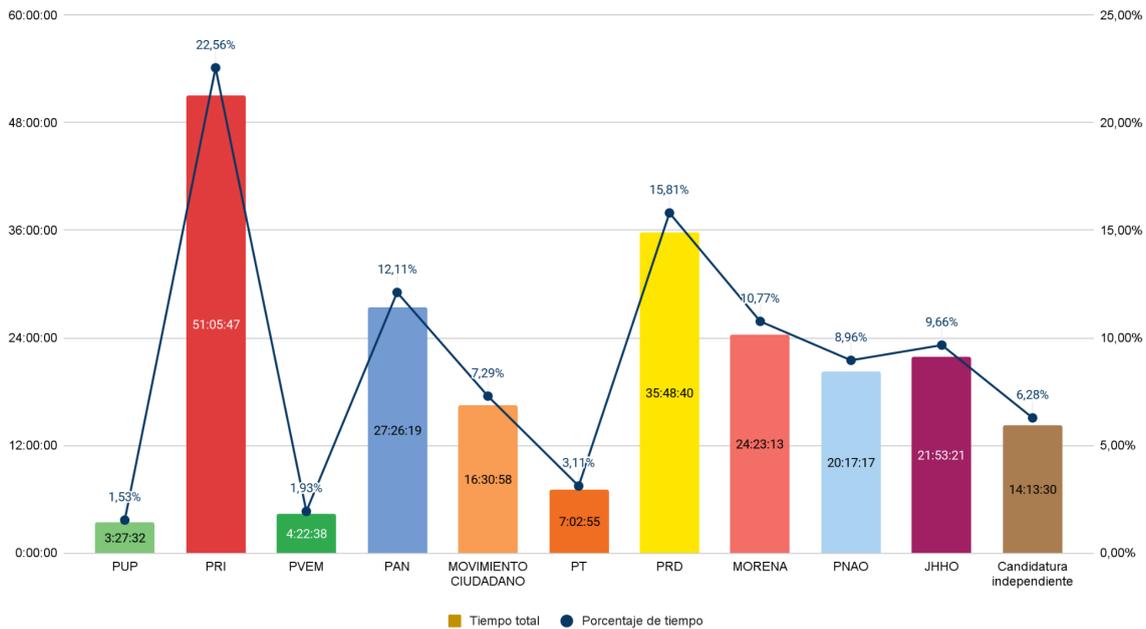
El partido político que obtuvo el mayor tiempo de cobertura en ambos periodos fue el **PRI**; mientras que el **PUP** fue el que se mencionó con la menor duración de todos.

Para colocar en perspectiva el tiempo total de transmisión que los medios de comunicación otorgaron a las precampañas y campañas electorales, podemos mencionar que fue una duración equivalente a **9.4 días**.

Tabla 1. Tiempo de transmisión en radio y televisión

Partido, coalición o CI	Tiempo total	Porcentaje de tiempo
PUP	3:27:32	1,53%
PRI	51:05:47	22,56%
PVEM	4:22:38	1,93%
PAN	27:26:19	12,11%
MOVIMIENTO CIUDADANO	16:30:58	7,29%
PT	7:02:55	3,11%
PRD	35:48:40	15,81%
MORENA	24:23:13	10,77%
PNAO	20:17:17	8,96%
JHHO	21:53:21	9,66%
Candidatura independiente	14:13:30	6,28%
TOTAL	226:32:10	100%

Gráfica 1. Tiempo global de transmisión en radio y televisión



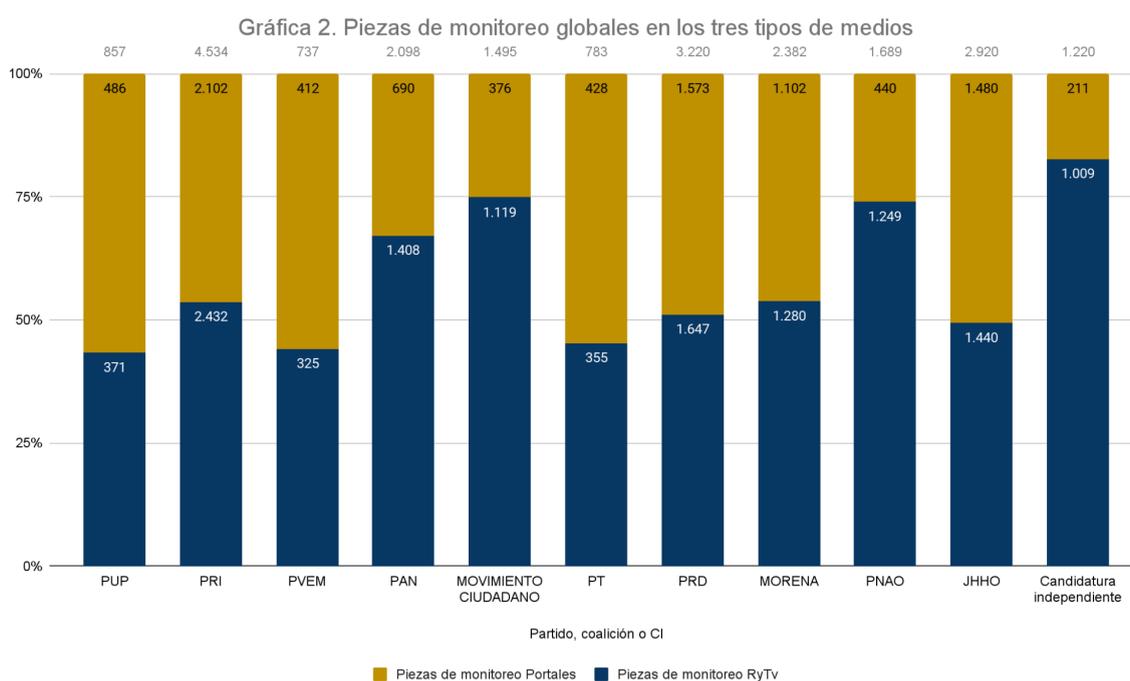
El total de *menciones* por partido, coalición o candidatura independiente en radio, televisión y portales digitales fue de **21,935** de las cuales **12,635** correspondieron a radio y televisión y **9,300** se hicieron en portales digitales.

En este rubro podemos observar que el **57.6%** de las menciones realizadas en ambos periodos fueron halladas en radio o televisión y que el **42.4%** restante se localizaron en portales digitales; lo cual hace una diferencia del **15.2 %** entre la información que publicaron los medios electrónicos tradicionales y los espacios informativos digitales.

Tabla 2. Piezas de monitoreo globales en los tres tipos de medios

Partido, coalición o Candidatura independiente	Piezas de monitoreo Globales	Piezas de monitoreo Radio y Televisión	Piezas de monitoreo Portales
PUP	857	371	486
PRI	4.534	2.432	2.102
PVEM	737	325	412
PAN	2.098	1.408	690
MOVIMIENTO CIUDADANO	1.495	1.119	376
PT	783	355	428
PRD	3.220	1.647	1.573
MORENA	2.382	1.280	1.102

Partido, coalición o Candidatura independiente	Piezas de monitoreo Globales	Piezas de monitoreo Radio y Televisión	Piezas de monitoreo Portales
PNAO	1.689	1.249	440
JHHO	2.920	1.440	1.480
Candidatura independiente	1.220	1.009	211
TOTAL	21.935	12.635	9.300



Durante este proceso electoral se tuvo la peculiaridad de que en precampañas cada partido político tuvo al menos una persona en precandidatura, sin embargo para el periodo de campaña se formaron alianzas entre partidos políticos, con sólo una persona que los representara: una de ellas por los partidos **PRI** y **PRD**, que participaron como candidatura conjunta; mientras que la segunda estuvo integrada por las siguientes formaciones políticas: **PUP**, **PVEM**, **PT** y **MORENA**, lo que resultó en la coalición **JHHO**.

Procurando marcar equitativa y objetivamente a cada partido, fue necesario adaptar uno de los criterios establecidos en la metodología, de manera tal que no se duplicara el tiempo o las menciones para los partidos o las personas que conformaron alguna alianza electoral o que la representaron. Es decir, si una pieza mencionaba a dos o más partidos miembros de la misma alianza se registraba a uno en una pieza, y al otro en la siguiente que mencionara a ambos.

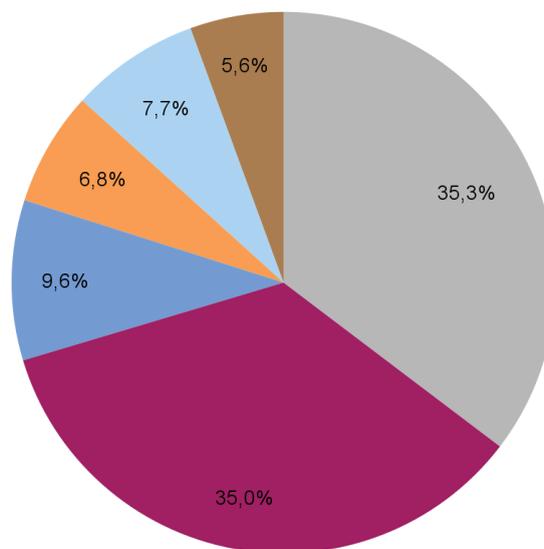
A este respecto, podemos concluir que la visibilidad de las alianzas **PRI**, **PRD** y de la coalición **JHHO** fue prácticamente igual tanto en los medios electrónicos, como en los medios digitales.

Tabla 3. Piezas de monitoreo según las alianzas electorales, partidos y candidaturas independientes

Partido, coalición o CI	Piezas de monitoreo Globales	Piezas de monitoreo RyTv	Piezas de monitoreo Portales	Total de piezas Radio y TV y portales	Total de piezas en Radio y Tv y Portales por alianza política
PRI	4534	2432	2102	4534	7754
PRD	3220	1647	1573	3220	
PUP	857	371	486	857	7679
PVEM	737	325	412	737	
PT	783	355	428	783	
MORENA	2382	1280	1102	2382	
JHHO	2920	1440	1480	2920	
PAN	2098	1408	690	2098	2098
MOVIMIENTO CIUDADANO	1495	1119	376	1495	1495
PNAO	1689	1249	440	1689	1689
Candidatura independiente	1220	1009	211	1220	1220
TOTAL	21935	12635	9300	21935	21935

Gráfica 3. Porcentaje de cobertura según las alianzas entre partidos políticos

● Candidatura conjunta PRI-PRD
 ● Coalición JHHO (PUP, PVEM, PT y MORENA)
 ● PAN
 ● MOVIMIENTO CIUDADANO
 ● PNAO
 ● Candidatura independiente



II. Variable Valoraciones por partido político, coalición o candidatura independiente

Uno de los elementos más importantes en el tratamiento de la información que realizan los medios sobre las precampañas y campañas políticas es la objetividad al presentarla, considerando las normas técnicas y éticas de cada género periodístico.

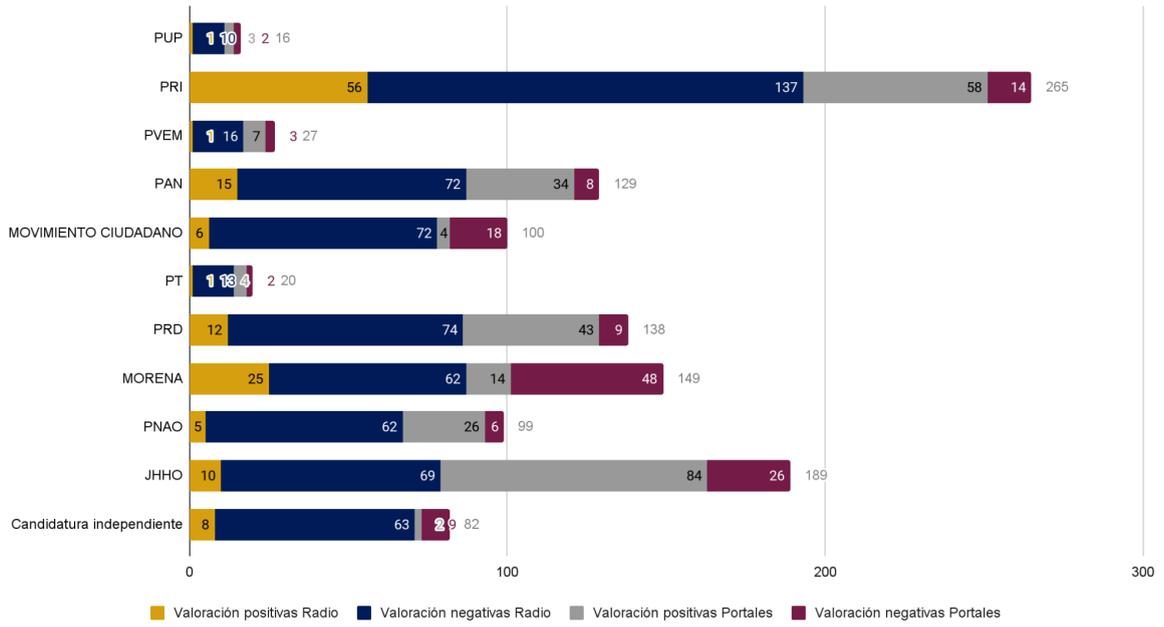
El derecho a la libre expresión permite a los medios de comunicación valorar positiva o negativamente a las y los participantes (que son, por metodología, objeto del monitoreo). Este ejercicio no busca enjuiciar dicho comportamiento; sin embargo, sí es su deber dar cuenta de la cantidad de valoraciones realizadas y si éstas se dirigen a partidos, coaliciones o contendientes, ya que sin duda tiene un impacto en la percepción del electorado.

Durante el proceso electoral estatal por la gubernatura de Oaxaca, el partido más valorado fue el **PRI**; el que obtuvo más valoraciones positivas y negativas fue el **PRI**. El partido menos valorado fue el **PUP**.

Tabla 4. Valoraciones globales por partido político en los tres tipos de medios

Partido, coalición o CI	Valoración positivas Radio	Valoración negativas Radio	Valoración positivas Portales	Valoración negativas Portales	Valoraciones positivas globales	Valoraciones negativas globales	Total de valoraciones
PUP	1	10	3	2	4	12	16
PRI	56	137	58	14	114	151	265
PVEM	1	16	7	3	8	19	27
PAN	15	72	34	8	49	80	129
MOVIMIENTO CIUDADANO	6	72	4	18	10	90	100
PT	1	13	4	2	5	15	20
PRD	12	74	43	9	55	83	138
MORENA	25	62	14	48	39	110	149
PNAO	5	62	26	6	31	68	99
JHHO	10	69	84	26	94	95	189
Candidatura independiente	8	63	2	9	10	72	82
TOTAL	140	650	279	145	419	795	1214

Gráfica 4. Piezas de monitoreo globales en los tres tipos de medios



III. Variable Sexo

Durante el periodo de precampañas participaron **6 precandidatas** y **18 precandidatos**. Esto significa que durante las precampañas el número de hombres triplicó al de las mujeres que contendieron. Los partidos **PAN, MOVIMIENTO CIUDADANO, PRI** y **PRD** involucraron a mujeres en el proceso para seleccionar a la persona que competiría en la campaña a la gubernatura del Estado; en **MOVIMIENTO CIUDADANO** hubo la misma cantidad de hombres que de mujeres. Para el periodo de campañas contendieron **2 candidatas** y **5 candidatos**.

Durante ambos periodos el número tanto de hombres, como de mujeres se redujo a una tercera parte de un periodo a otro; sin embargo, proporcionalmente la postulación de hombres fue mayor que la de mujeres a la gubernatura de Oaxaca.

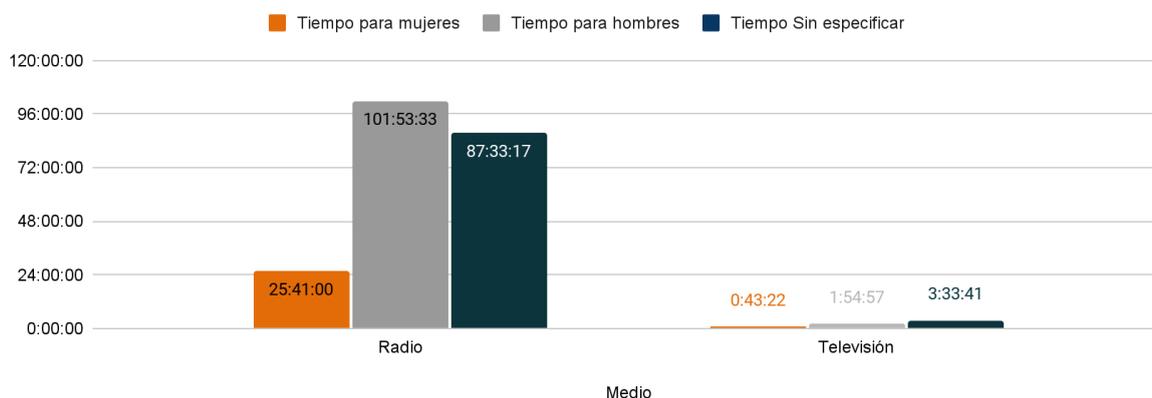
El tiempo dedicado a candidatas y a candidatos en radio y televisión fue de **26 horas, 24 minutos, 22 segundos** para mujeres; **103 horas, 48 minutos, 30 segundos** para hombres, y **91 horas, 06 minutos, 58 segundos** no incluyeron especificación de género.

De las **226:32:10** horas dedicadas a las elecciones, el **11.66%** fueron específicamente para las mujeres y el **45.82%** para los hombres. El **40.22%** no contuvo especificaciones del sexo de la persona de quien se habló.

Tabla 5. Tiempo de las menciones de género por sexo

Medio	Tiempo para mujeres	Tiempo para hombres	Tiempo sin especificar
Radio	25:41:00	101:53:33	87:33:17
Televisión	0:43:22	1:54:57	3:33:41
TOTAL	26:24:22	103:48:30	91:06:58

Gráfica 5. Tiempo de las menciones de género por sexo de las personas contendientes en radio y televisión



En los tres tipos de medios monitoreados se registraron un total de **26,750 menciones de género**, de las cuales **2,202 menciones** fueron para mujeres, que significan el **8.23%** del total; **9,442** para hombres, que representan el **35.3%** del total y **15,106 menciones**, es decir el **56.47%** global, no incluyeron especificación de género.

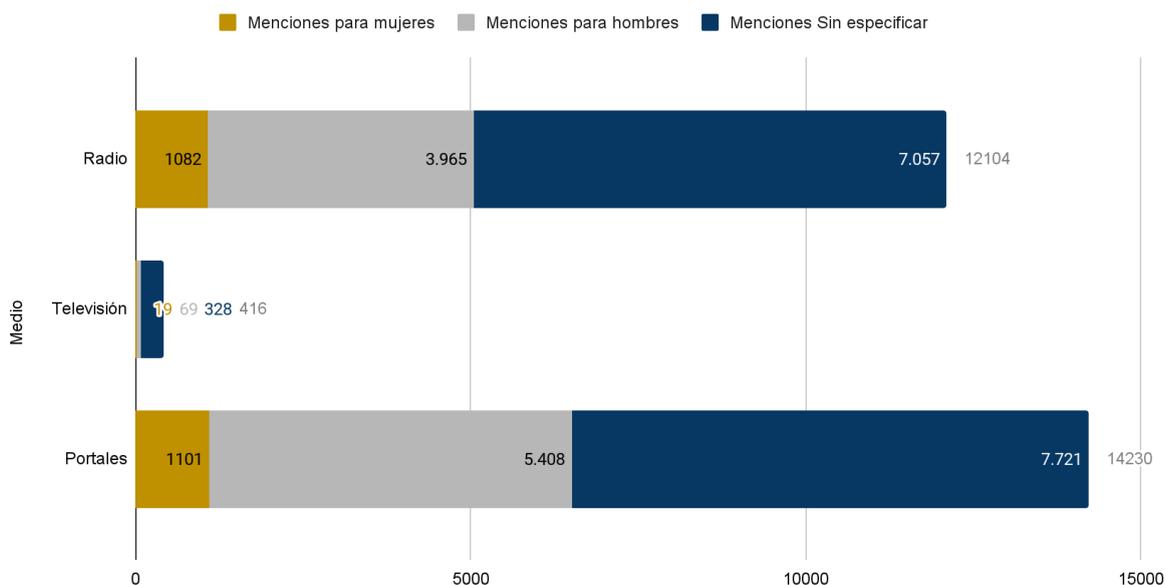
En los tres tipos de medios monitoreados se registraron **2,202 menciones de género** para mujeres; **9,442** para hombres y **15,106 menciones** no incluyeron especificación de género.

El total de **menciones de género** fue de **26,750**; el **8.23%** fue específicamente para las mujeres y el **35.3%** para los hombres. El **56.47%** no contuvo especificaciones del sexo de la persona de quien se habló.

Tabla 6. Menciones de género por sexo

Medio	Menciones para mujeres	Menciones para hombres	Menciones sin especificar
Radio	1082	3.965	7.057
Televisión	19	69	328
Portales	1101	5408	7721
TOTAL	2.202	9.442	15.106

Gráfica 6. Menciones para mujeres y hombres en radio, televisión y portales digitales durante los dos periodos del proceso electoral



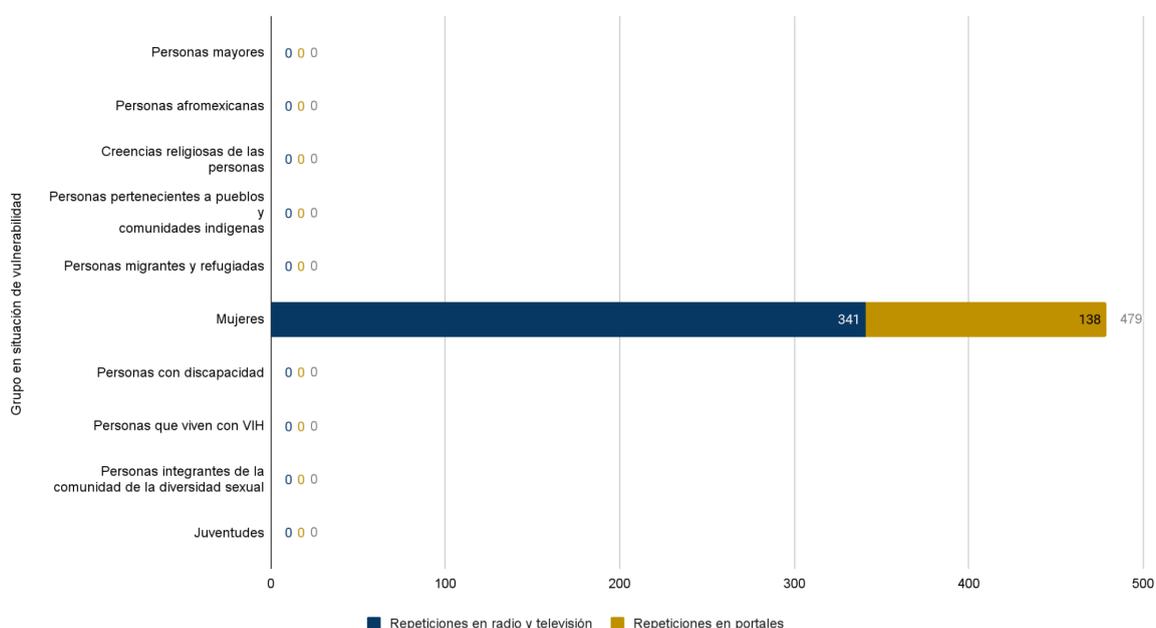
IV. Variable Igualdad de género y no discriminación. Uso de lenguaje incluyente y no sexista

El respeto a los derechos humanos y la no discriminación, específicamente en materia electoral, es fundamental para que cualquier persona sin importar sexo, género, origen étnico, edad, posición social o económica, creencias religiosas, condición física, entre otras, pueda aspirar a ser representante de su comunidad y/o ejercer cualquier figura político-electoral. La metodología de este ejercicio de monitoreo considera, de forma enunciativa mas no limitativa, como grupos de atención prioritaria a los listados en la siguiente tabla:

Tabla 7. Repeticiones de frases que aluden a algún grupo en situación de vulnerabilidad

Grupo en situación de vulnerabilidad	Repeticiones totales	Repeticiones en radio y televisión	Repeticiones en portales
Personas mayores	0	0	0
Personas afromexicanas	0	0	0
Creencias religiosas de las personas	0	0	0
Personas pertenecientes a pueblos y comunidades indígenas	0	0	0
Personas migrantes y refugiadas	0	0	0
Mujeres	479	341	138
Personas con discapacidad	0	0	0
Personas que viven con VIH	0	0	0
Personas integrantes de la comunidad de la diversidad sexual	0	0	0
Juventudes	0	0	0
TOTAL	479	341	138

Gráfica 7. Repeticiones de frases que aluden a algún grupo en situación de vulnerabilidad



Como se puede apreciar, sólo se vulneró al grupo de atención prioritaria *Mujeres*, con **479 repeticiones** en los tres tipos de medios, **341** realizadas en radio y televisión, y **138** en portales digitales.

Para la lectura de esta variable es necesario considerar que las piezas sin uso de lenguaje incluyente y no sexista pudieron mencionar a figuras políticas a quienes no necesariamente se vulneró; por esa razón se hizo el conteo de *frases*, en las cuales únicamente se identificó al objeto de la metodología afectado según la forma en que se presentó la información.

A saber, las candidatas **Antonia Natividad Díaz Jiménez**, del **PAN**, y **Dulce Alejandra García Morlan**, de **MOVIMIENTO CIUDADANO**, son las únicas personas que pertenecen al grupo en situación de vulnerabilidad *Mujeres*; por lo tanto, si en una pieza se mencionó a alguna de ellas o a ambas y, además, se mencionó a alguno de sus compañeros, se informó de todos los partidos involucrados.

Dado que sólo se afectó al grupo *Mujeres*, sería impreciso decir que las personas que no pertenecen a éste, fueron perjudicadas. Esta es la razón por la cual otros partidos, además del **PAN** y de **MOVIMIENTO CIUDADANO** contaron con piezas sin uso de lenguaje incluyente y no sexista, pero no con frases que aludieron a sus representantes, quienes son hombres.

El trabajo conjunto entre la aplicación de la metodología y el desarrollo del sistema permitió identificar lo anterior, por lo que se logró precisar el registro de esta variable en la plataforma de monitoreo incluso mientras se llevaban a cabo las precampañas.

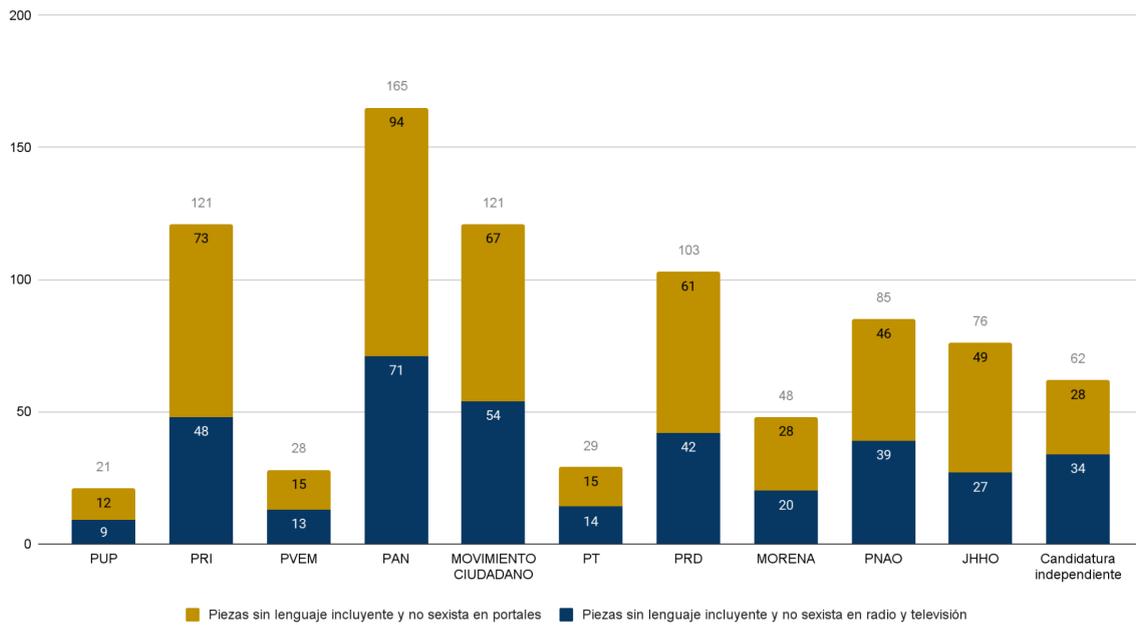
Durante el proceso electoral estatal por la gubernatura de Oaxaca, el partido que recibió más frases sin uso de lenguaje incluyente y no sexista fue el **PAN**; mientras que el que recibió menos frases fue **MOVIMIENTO CIUDADANO**.

Tabla 8. Piezas y frases globales sin uso de lenguaje incluyente y no sexista en los tres medios

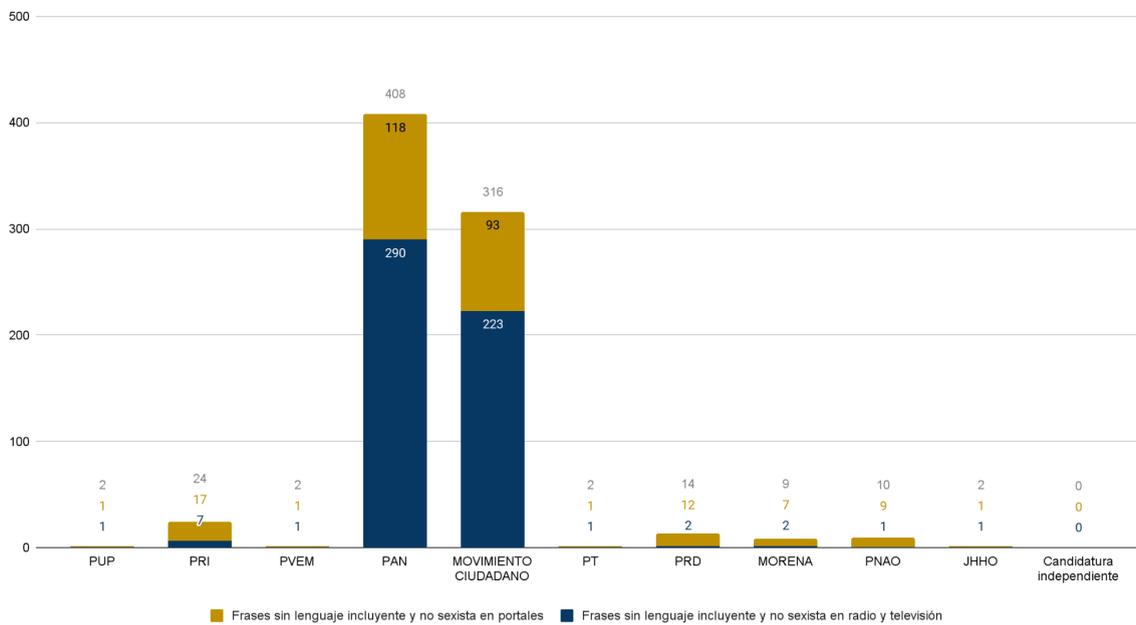
Partido, coalición o CI	Piezas sin lenguaje incluyente y no sexista totales	Piezas sin lenguaje incluyente y no sexista en radio y televisión	Piezas sin lenguaje incluyente y no sexista en portales	Frases sin lenguaje incluyente y no sexista globales	Frases sin lenguaje incluyente y no sexista en radio y televisión	Frases sin lenguaje incluyente y no sexista en portales
PUP	39	9	12	2	1	1
PRI	257	48	73	24	7	17
PVEM	51	13	15	2	1	1
PAN	203	71	94	408	290	118
MOVIMIENTO CIUDADANO	170	54	67	316	223	93
PT	61	14	15	2	1	1
PRD	210	42	61	14	2	12
MORENA	110	20	28	9	2	7
PNAO	173	39	46	10	1	9
JHHO	154	27	49	2	1	1
Candidatura independiente	168	34	28	0	0	0
TOTAL	1596	371	488	789	529	260

En radio y televisión, durante el periodo de campañas algunos medios incluyeron cortinillas en los segmentos dedicados a la información electoral; sin embargo, la mayoría hacía referencia únicamente a las personas con candidatura en plural masculino, lo que invisibilizaba simbólicamente a las contendientes mujeres. Sería positivo recomendar a los medios de comunicación que en la producción de estos elementos se cuiden esos detalles, para evitar reproducir, involuntariamente, frases no incluyentes y/o sexistas.

Gráfica 8. Piezas sin uso de lenguaje incluyente y no sexista en los tres medios globales



Gráfica 9. Frases sin uso de lenguaje incluyente y no sexista en los tres medios globales

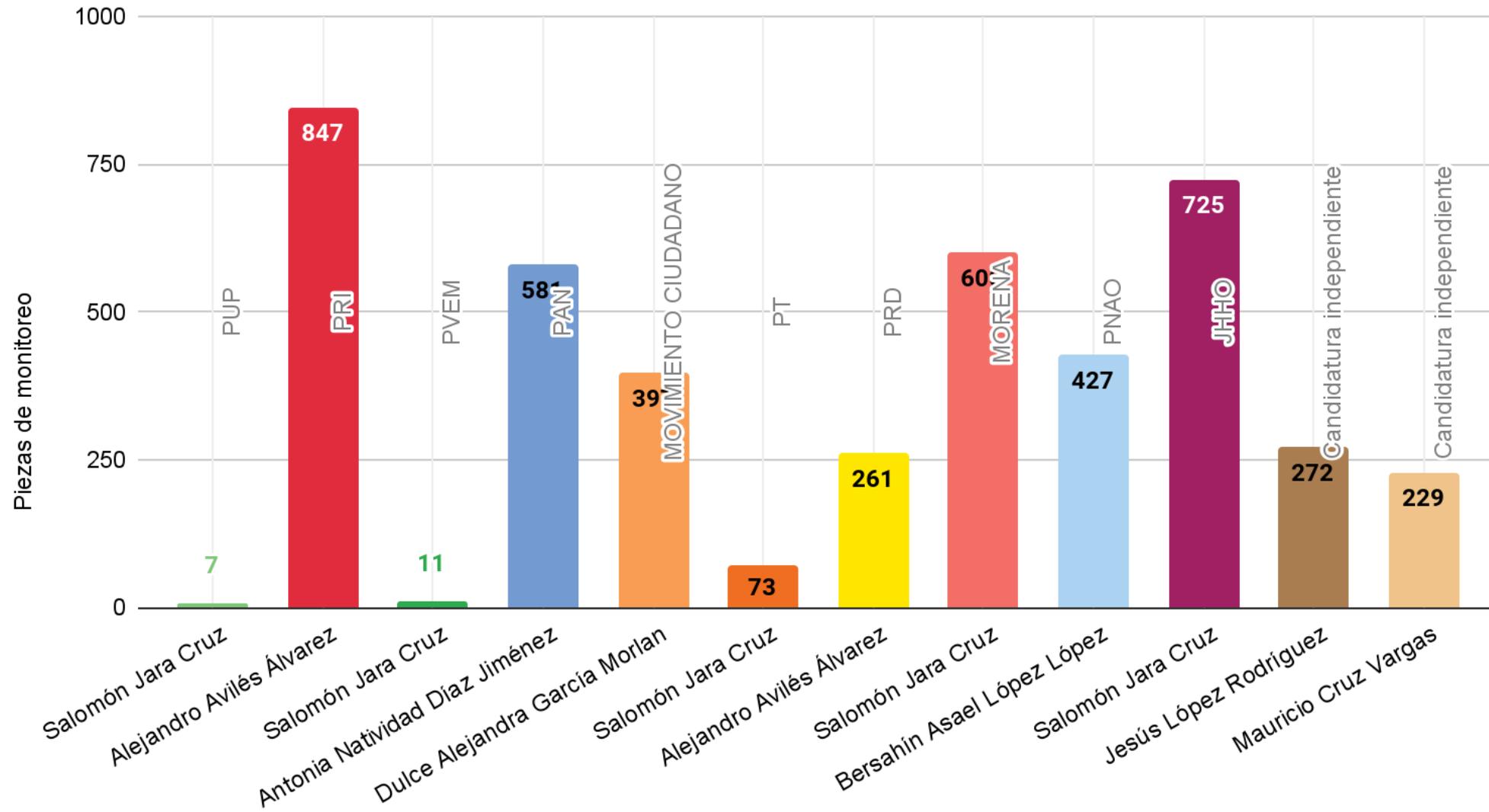


V. Variable Violencia política contra las mujeres en razón de género

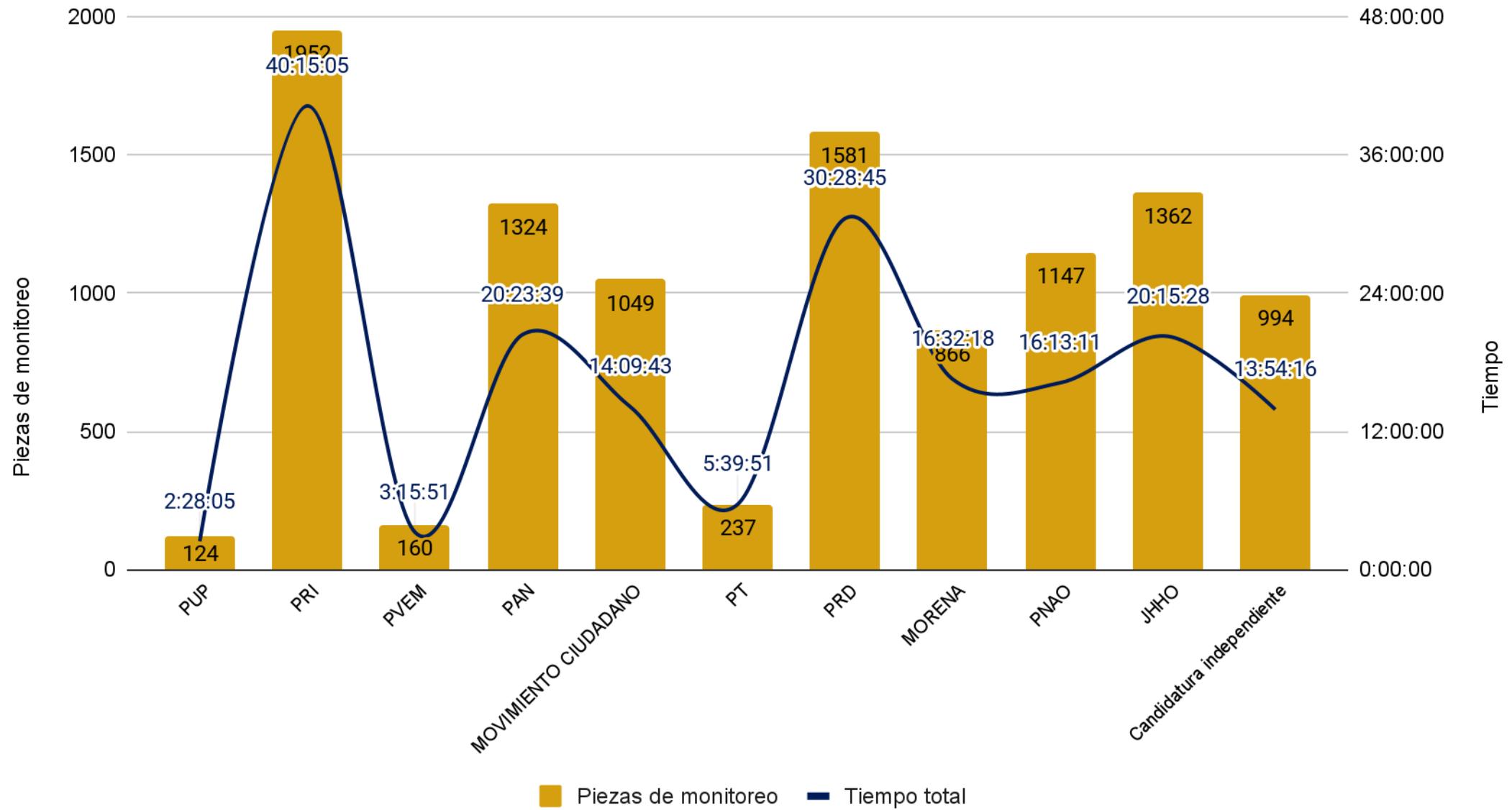
Acerca de esta variable se destaca que no se reprodujo algún estereotipo de género, de acuerdo con los parámetros de la metodología. Esto representa un gran avance en la forma en que se difunde y trata la información electoral con respecto de la participación de las mujeres en los procesos políticos, pues no deja duda de que las mujeres pueden y deben transitar del espacio privado al espacio público, en particular al político, libres de cualquier tipo de violencia.

A pesar de que no se presentó violencia política contra las mujeres en razón de género en ninguna de las fases del proceso electoral, sí existieron otros eventos que valdría la pena analizar con un enfoque adecuado relacionado a este fenómeno; por ejemplo, las disputas por las candidaturas al interior de algunos partidos. En este sentido, precisamos que no es el papel del monitoreo decir si las decisiones fueron acertadas o equivocadas; sin embargo, habría sido valioso reflexionar sobre lo que los medios de comunicación dijeron al respecto.

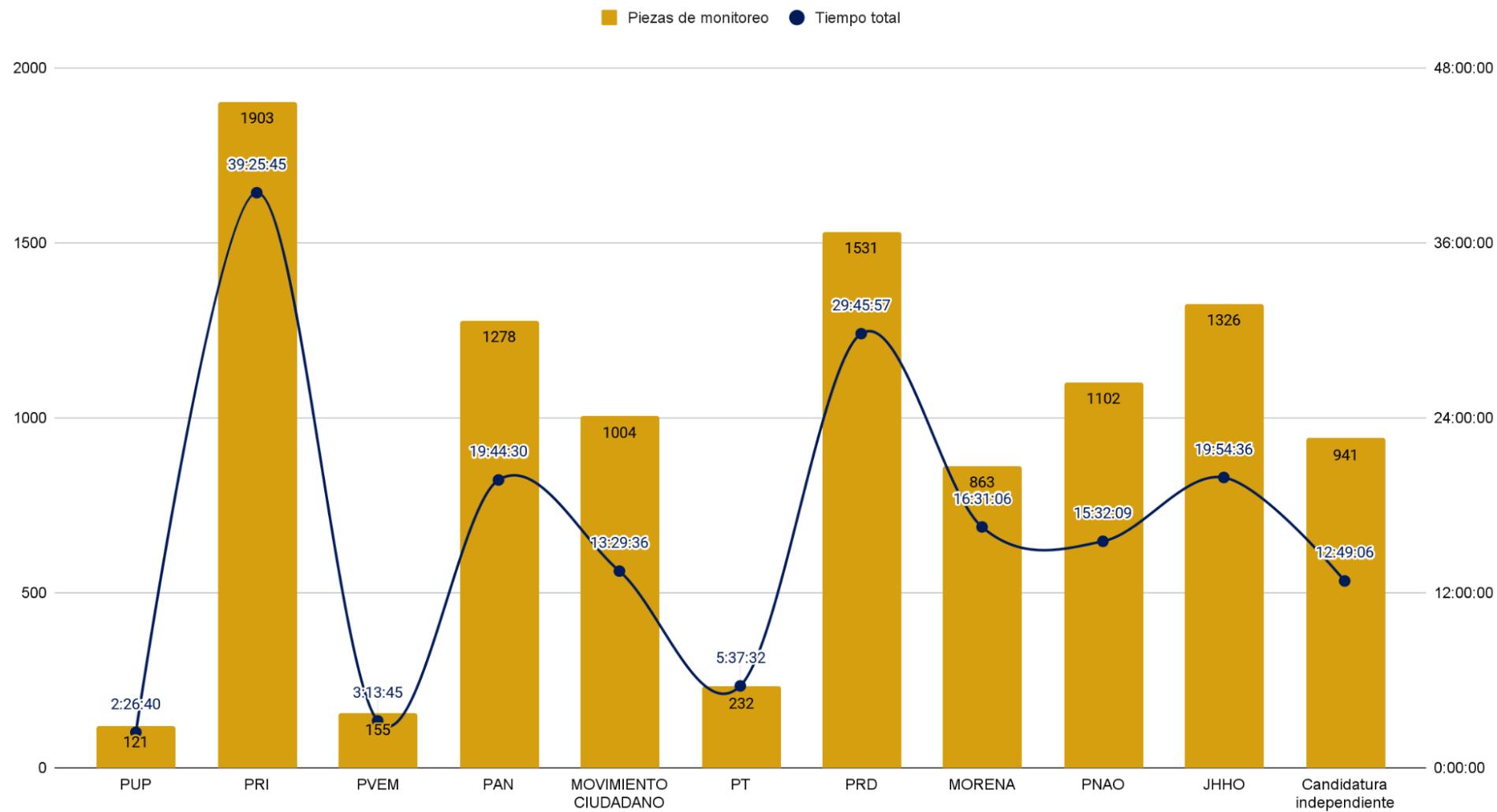
Gráfica 1. Tiempo condensado de transmisión en radio y televisión por persona



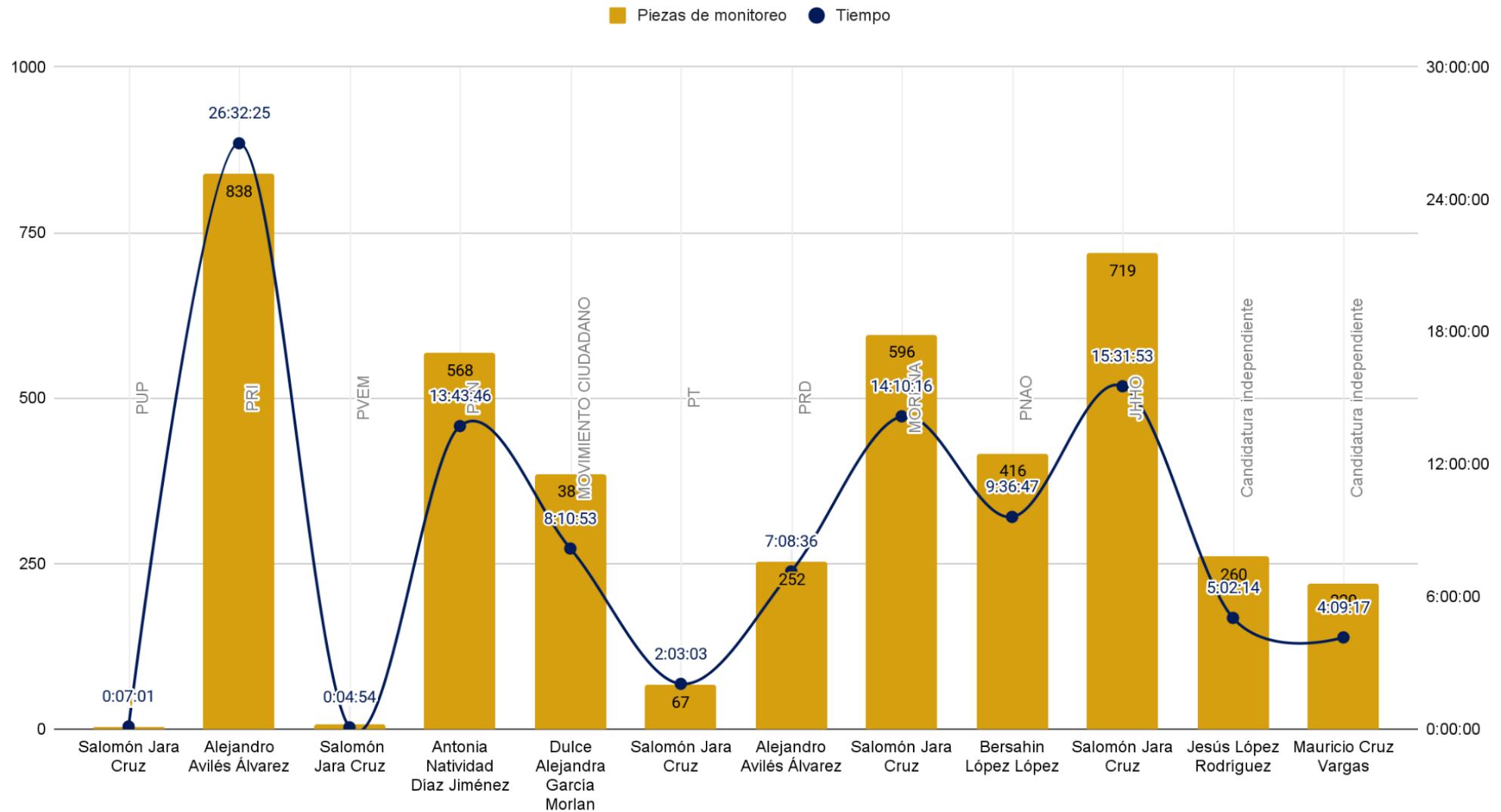
Gráfica 2. Tiempo de transmisión y piezas de monitoreo en radio y televisión



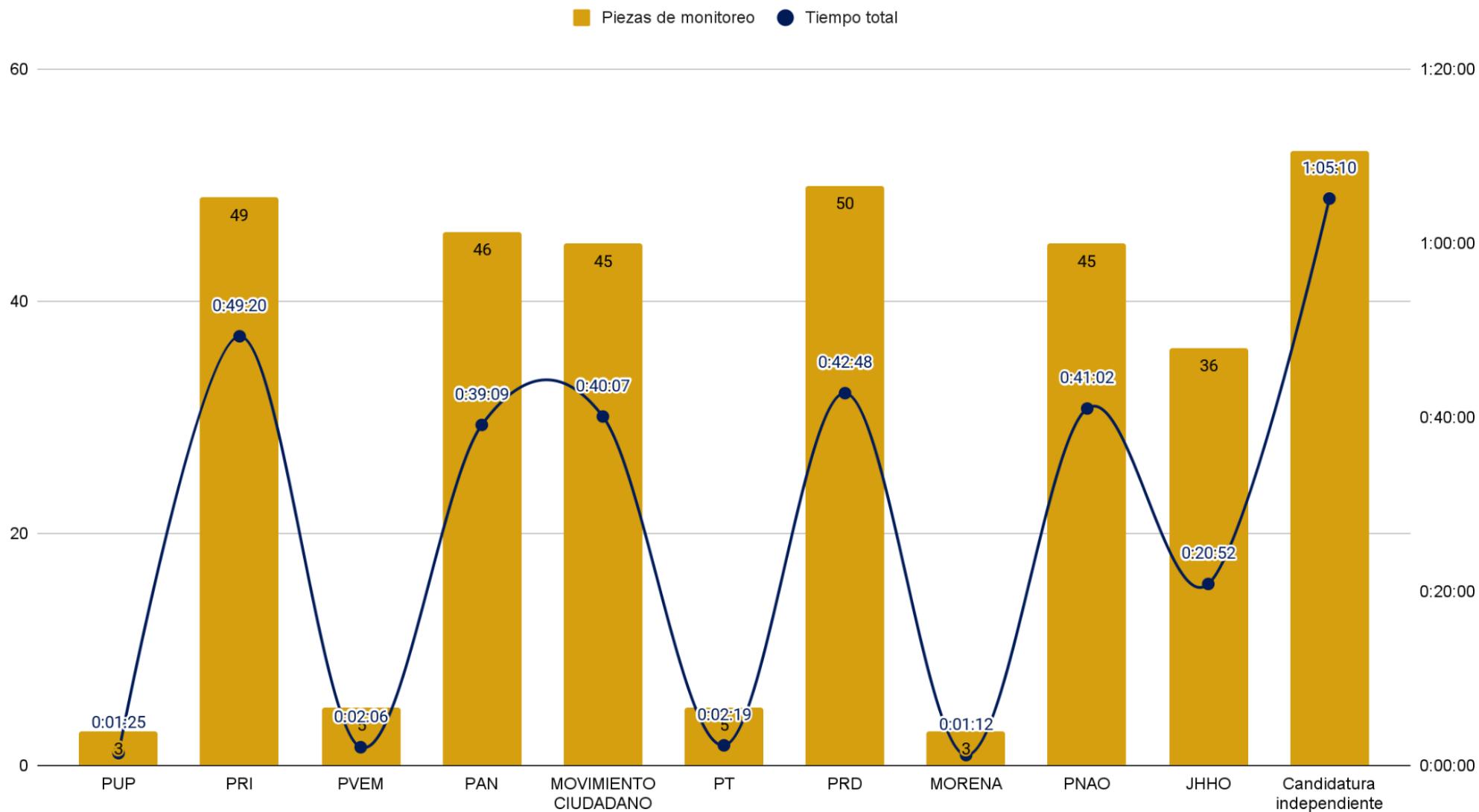
Gráfica 3. Tiempo de transmisión y piezas de monitoreo en radio



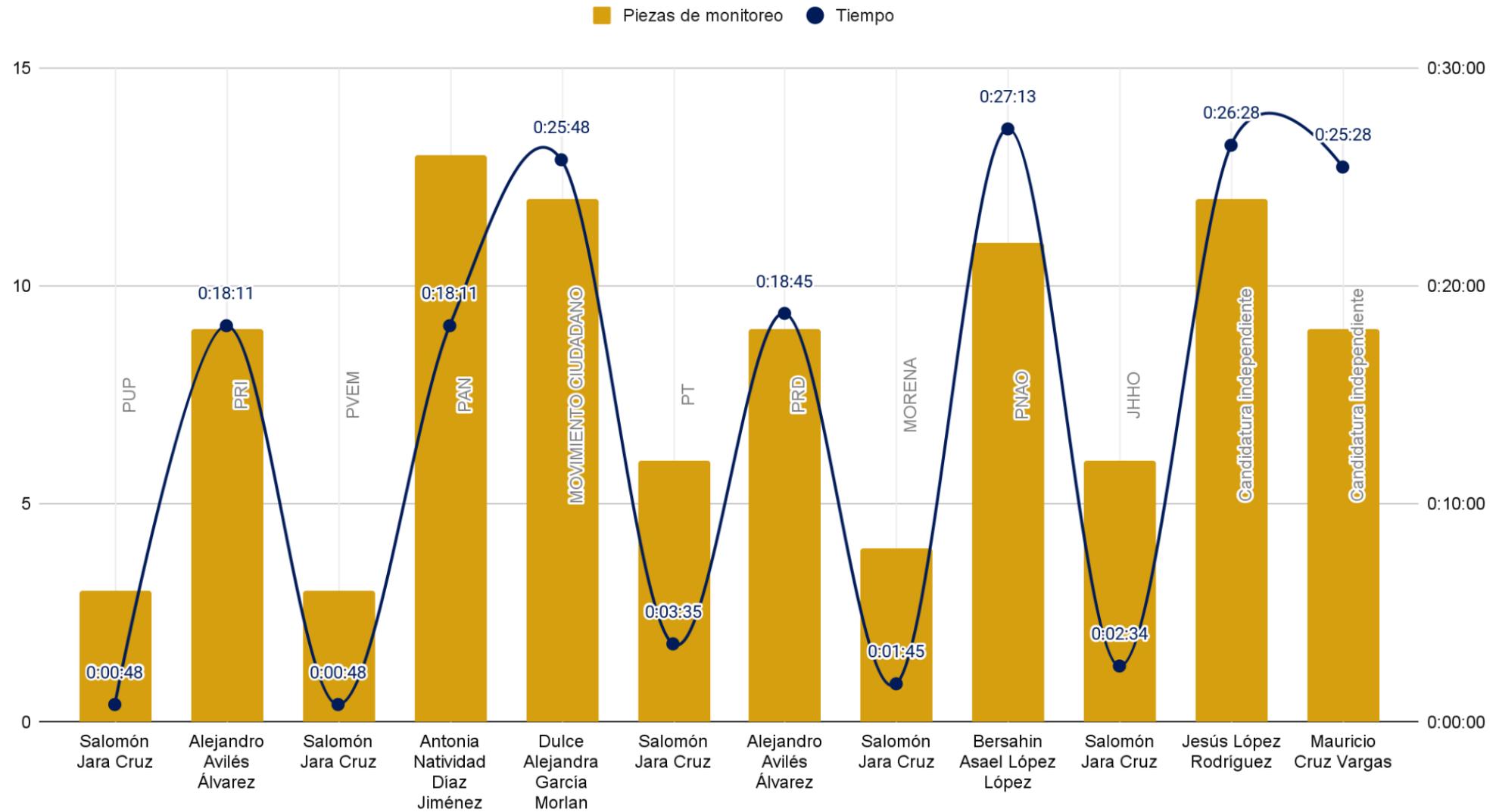
Gráfica 4. Tiempo de transmisión y piezas de monitoreo en radio por candidatura



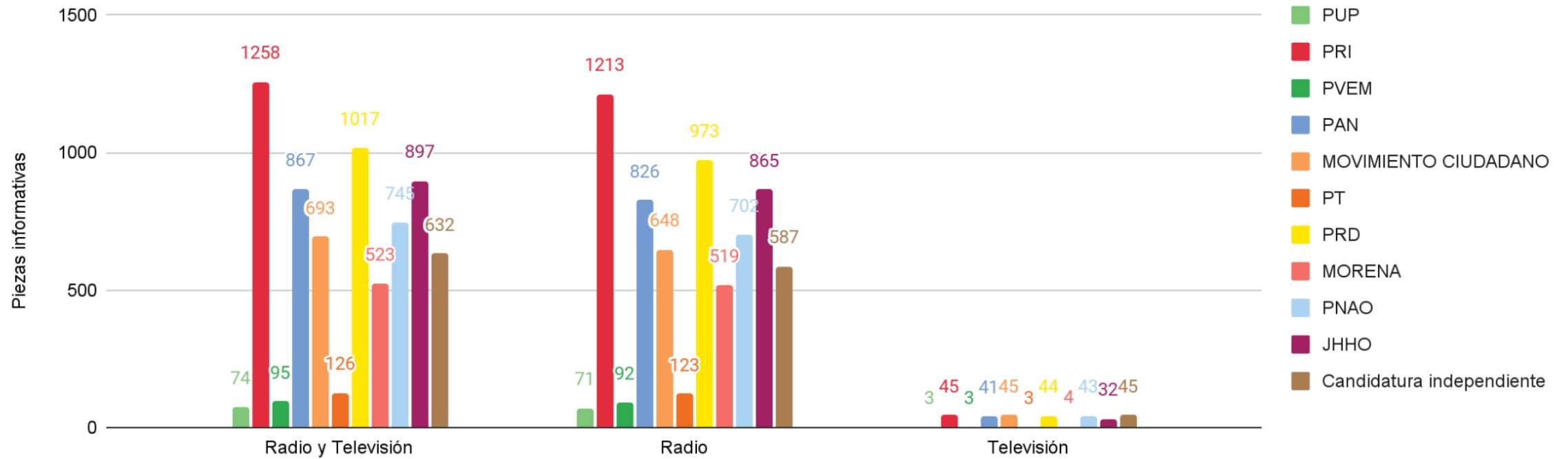
Gráfica 5. Tiempo de transmisión y piezas de monitoreo en televisión



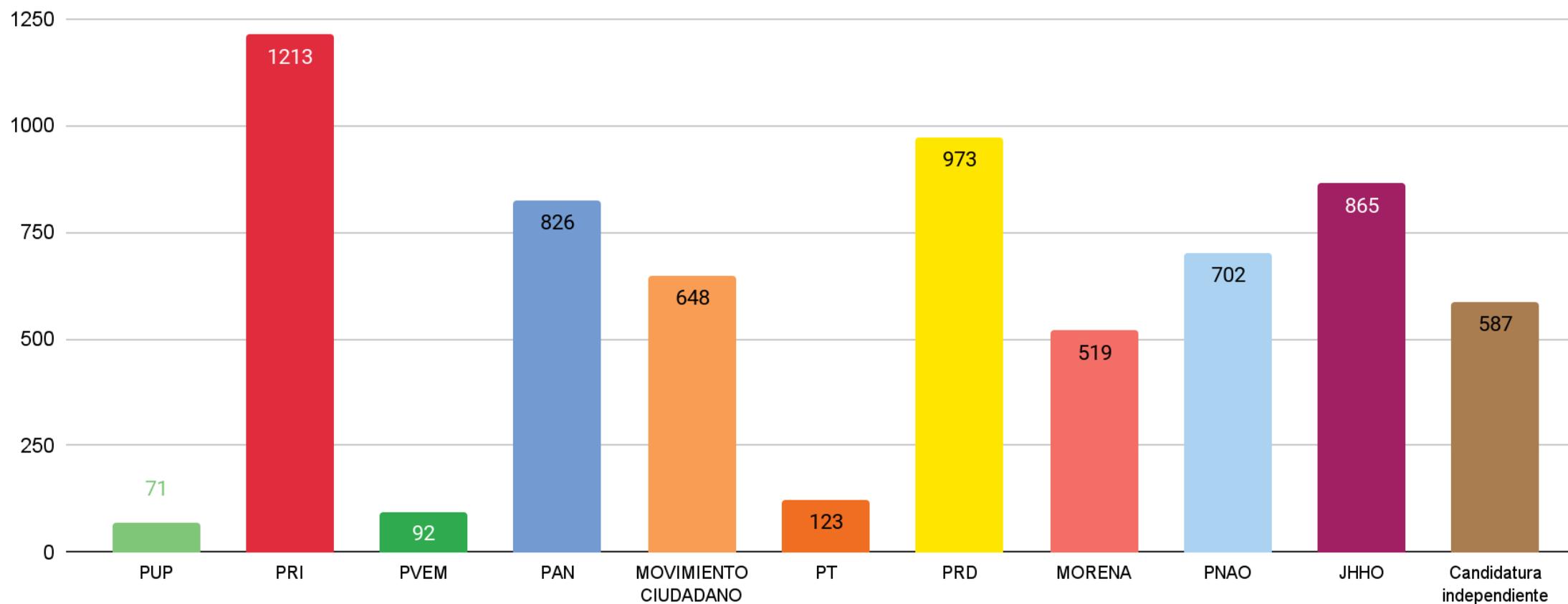
Gráfica 6. Tiempo de transmisión y piezas de monitoreo en televisión por candidatura



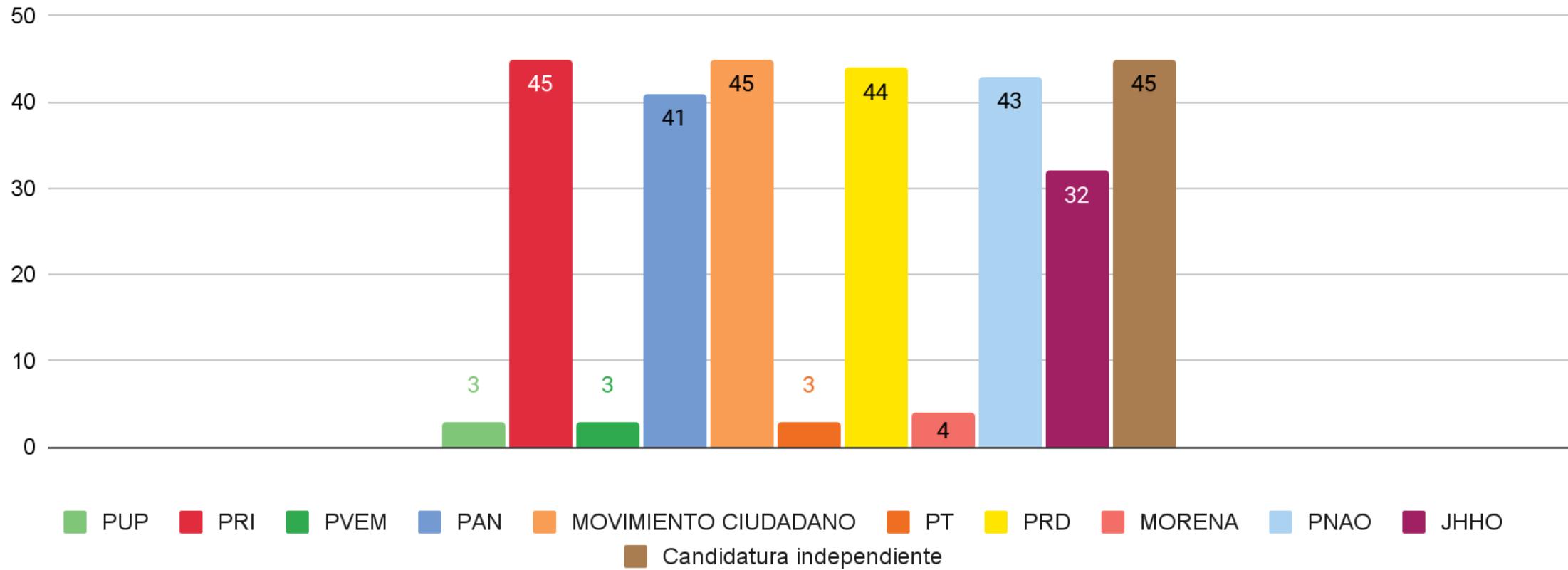
Gráfica 7. Piezas informativas en radio y televisión



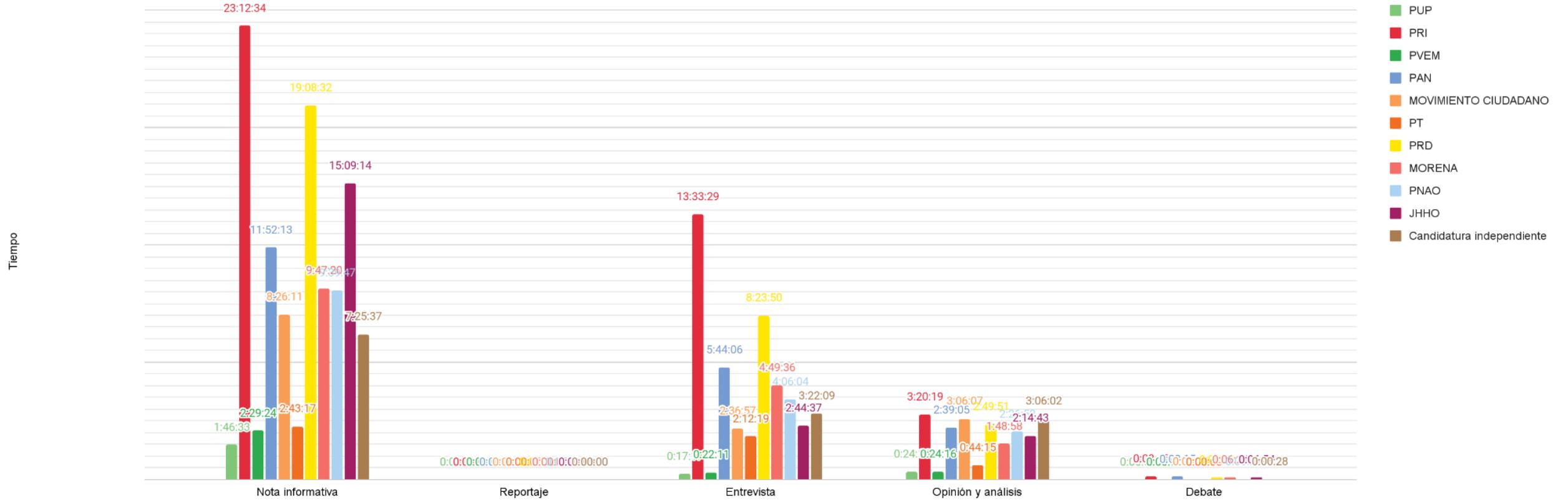
Gráfica 8. Piezas informativas por partido político, coalición o candidatura independiente en radio



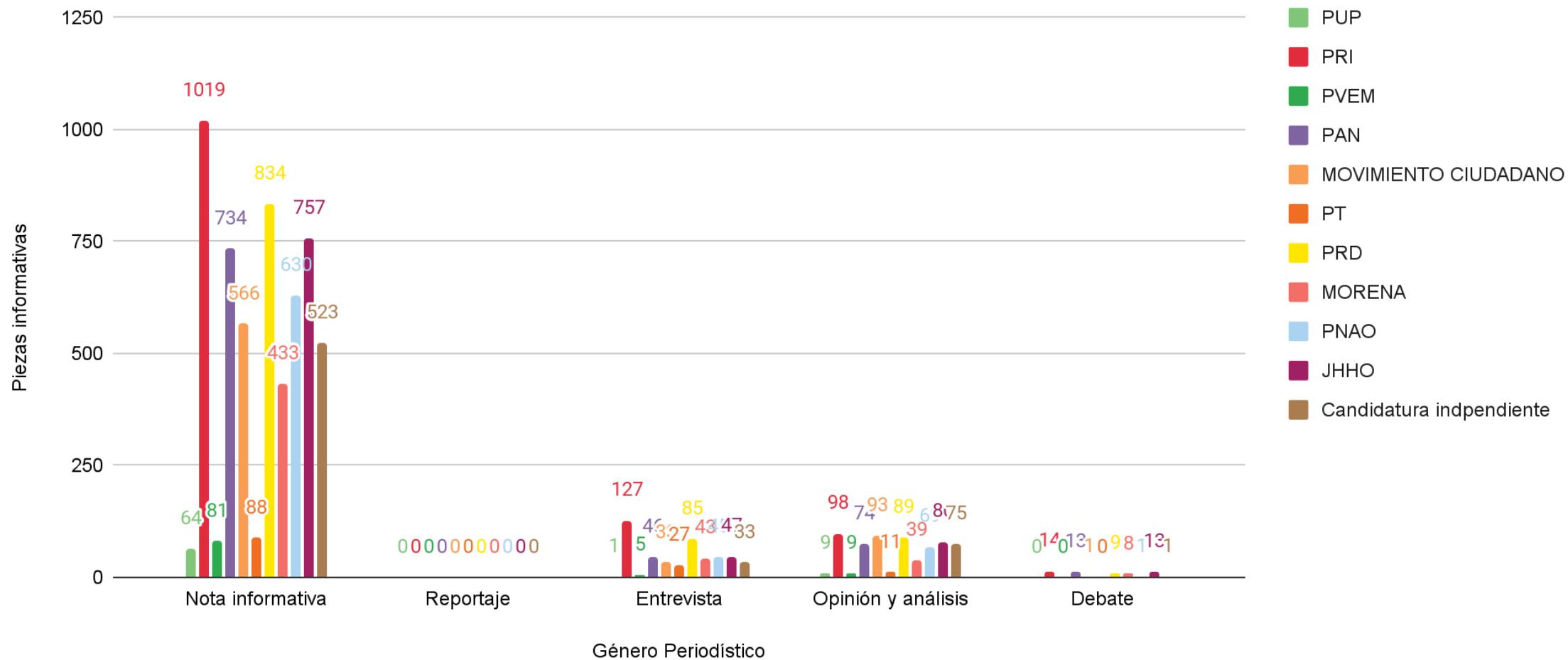
Gráfica 9. Piezas informativas en televisión



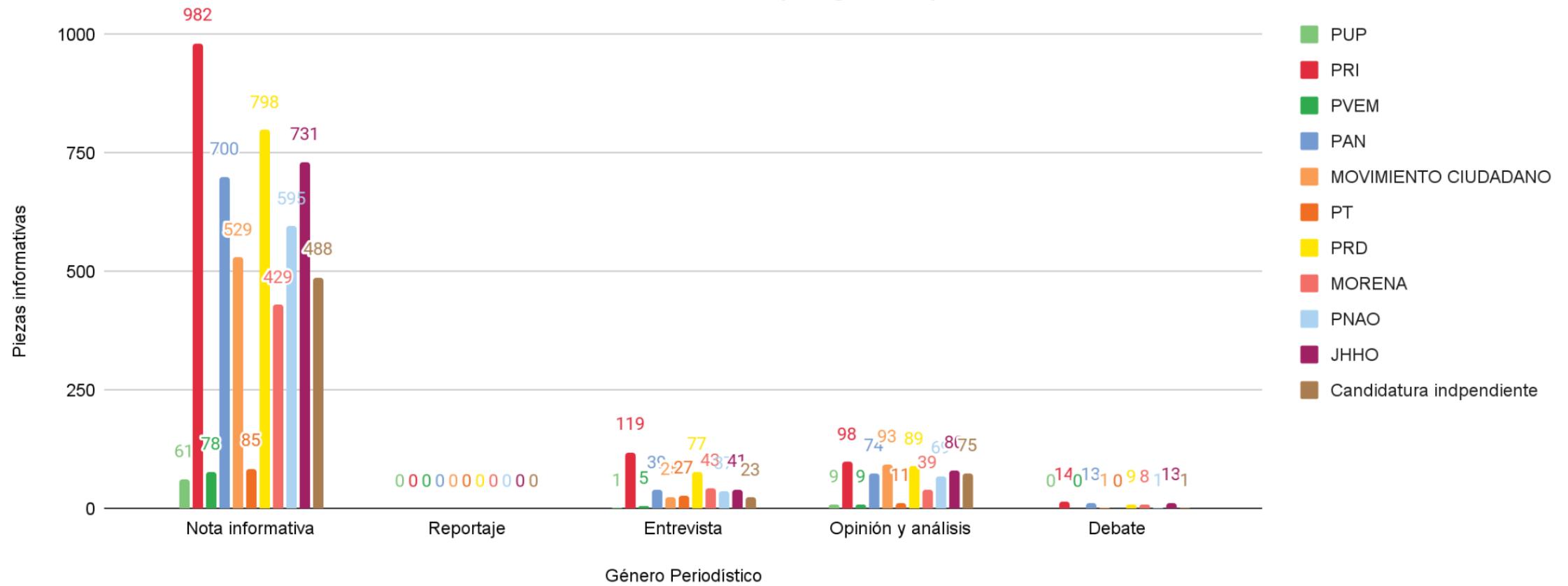
Gráfica 10. Tiempo total por género periodístico



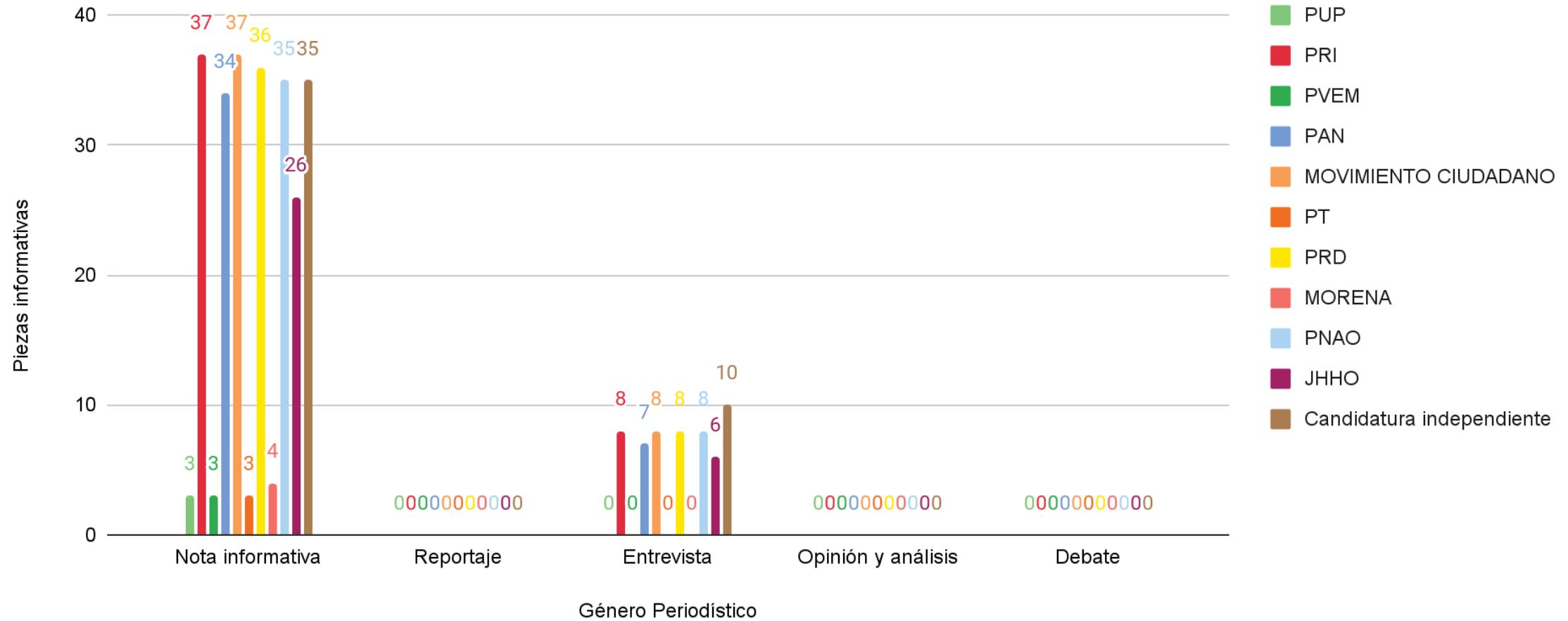
Gráfica 11. Piezas informativas por género periodístico



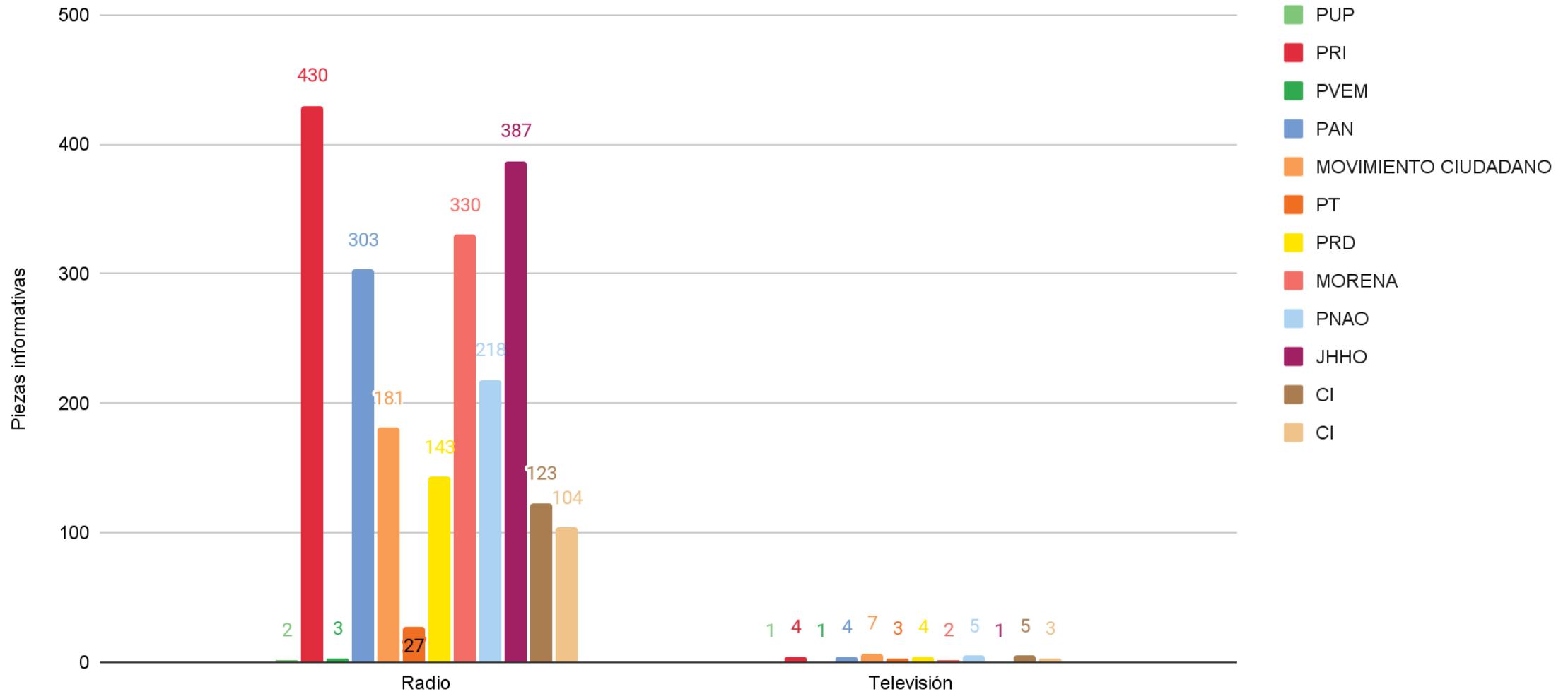
Gráfica 12. Piezas informativas por género periodístico en radio



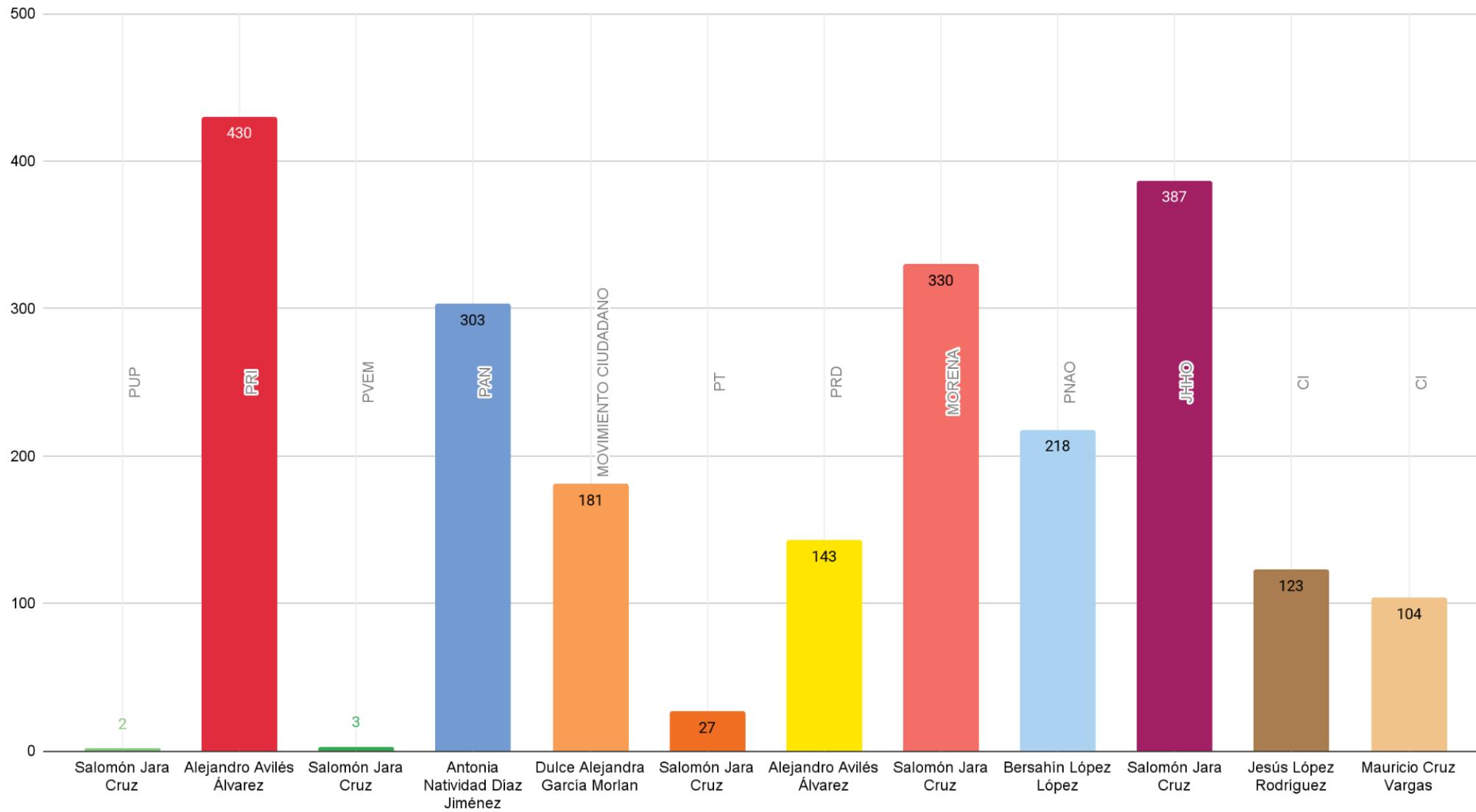
Gráfica 13. Piezas informativas por género periodístico en televisión



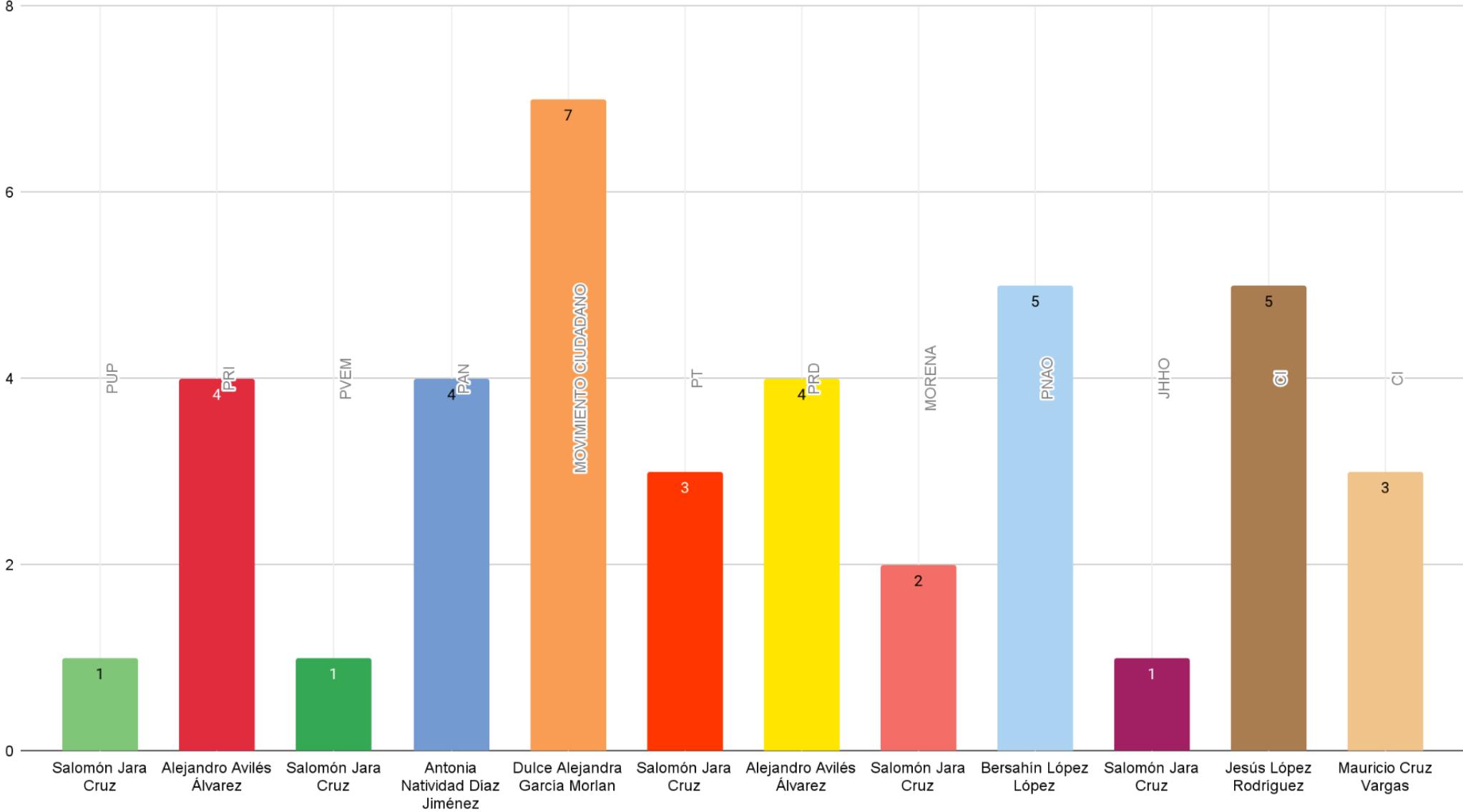
Gráfica 14. Piezas informativas por persona con candidatura en radio y televisión



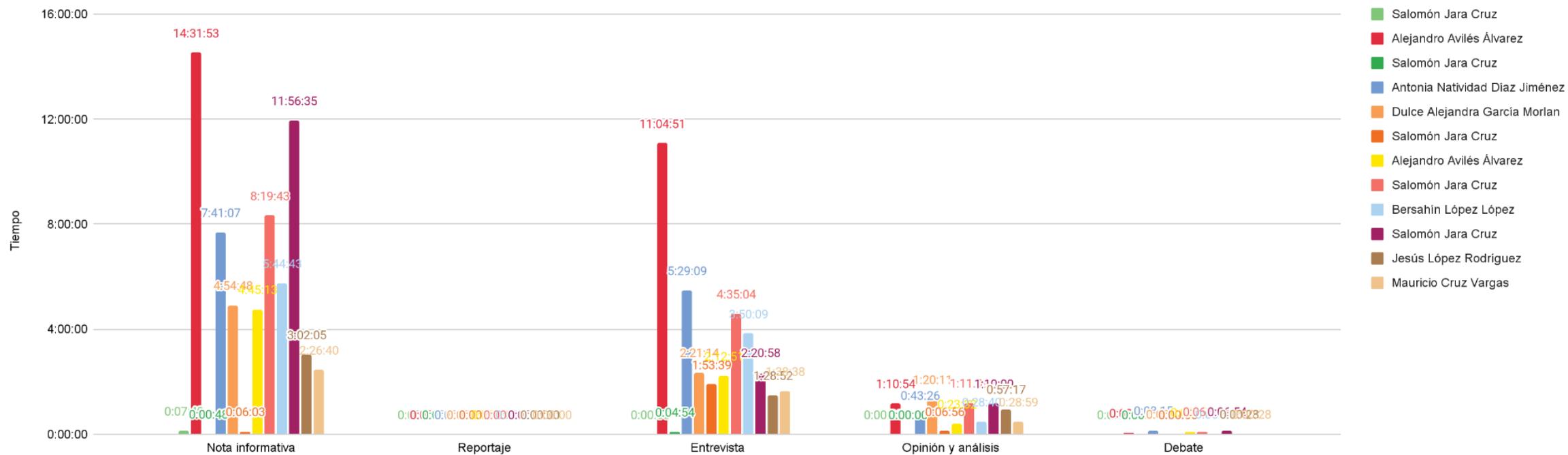
Gráfica 15. Piezas informativas por persona con candidatura en radio



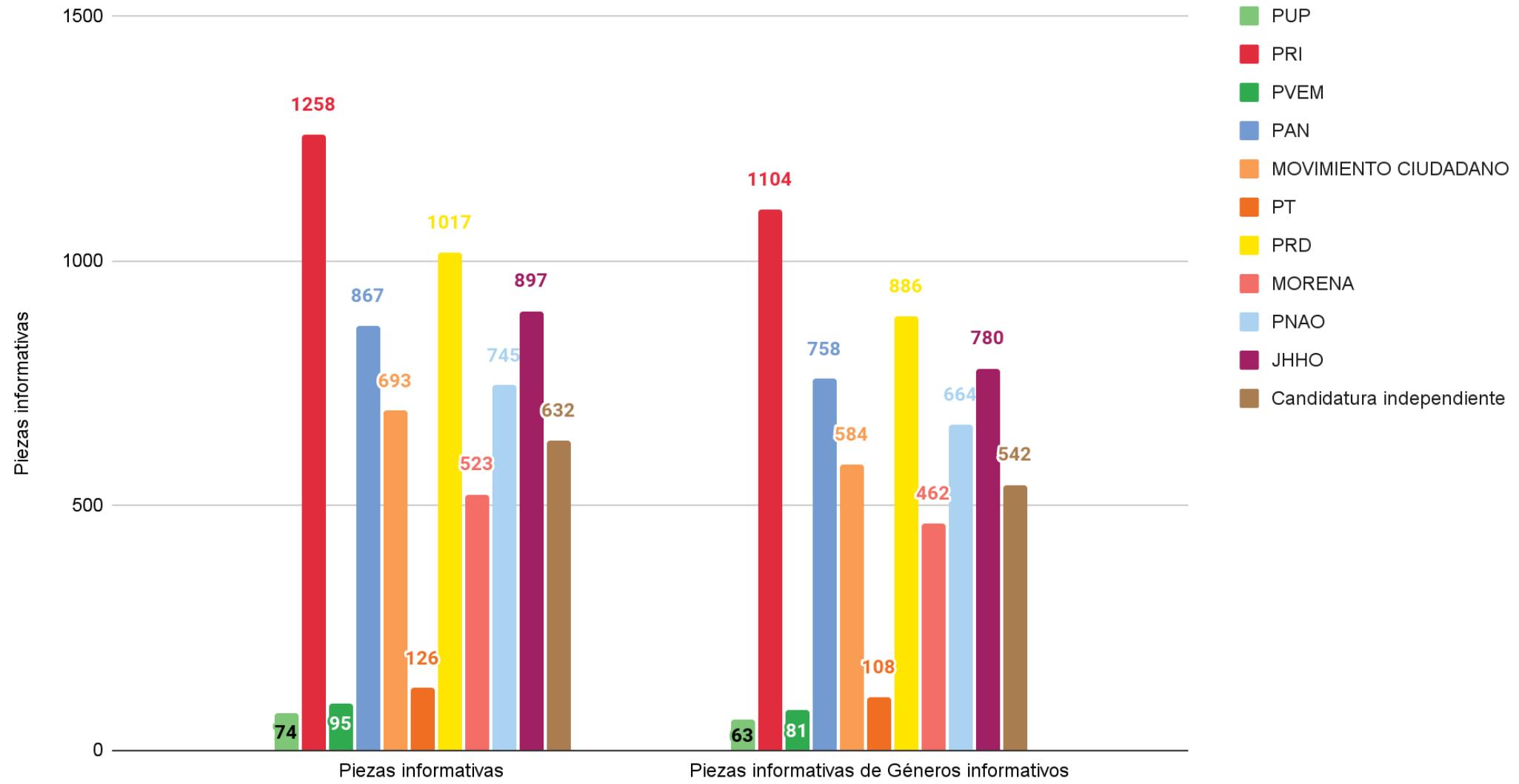
Gráfica 16. Piezas informativas por persona con candidatura en televisión



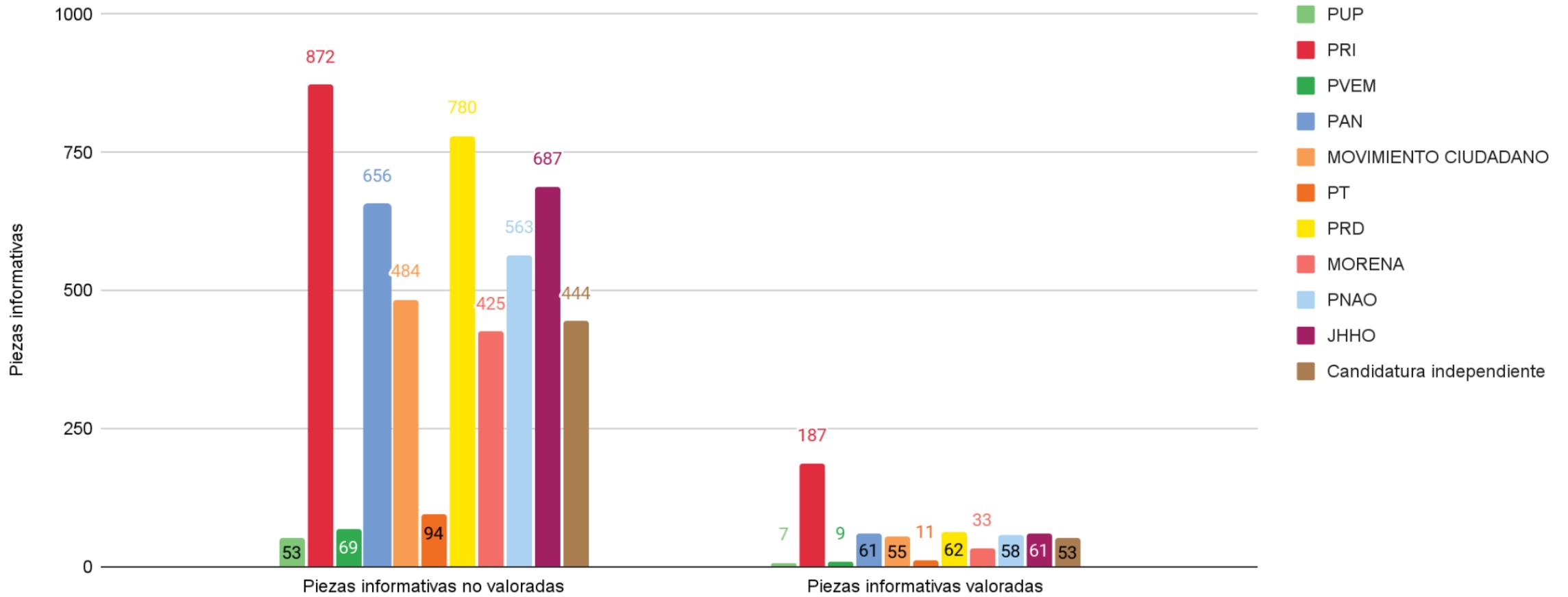
Gráfica 17. Tiempo total por género periodístico por persona en radio y televisión



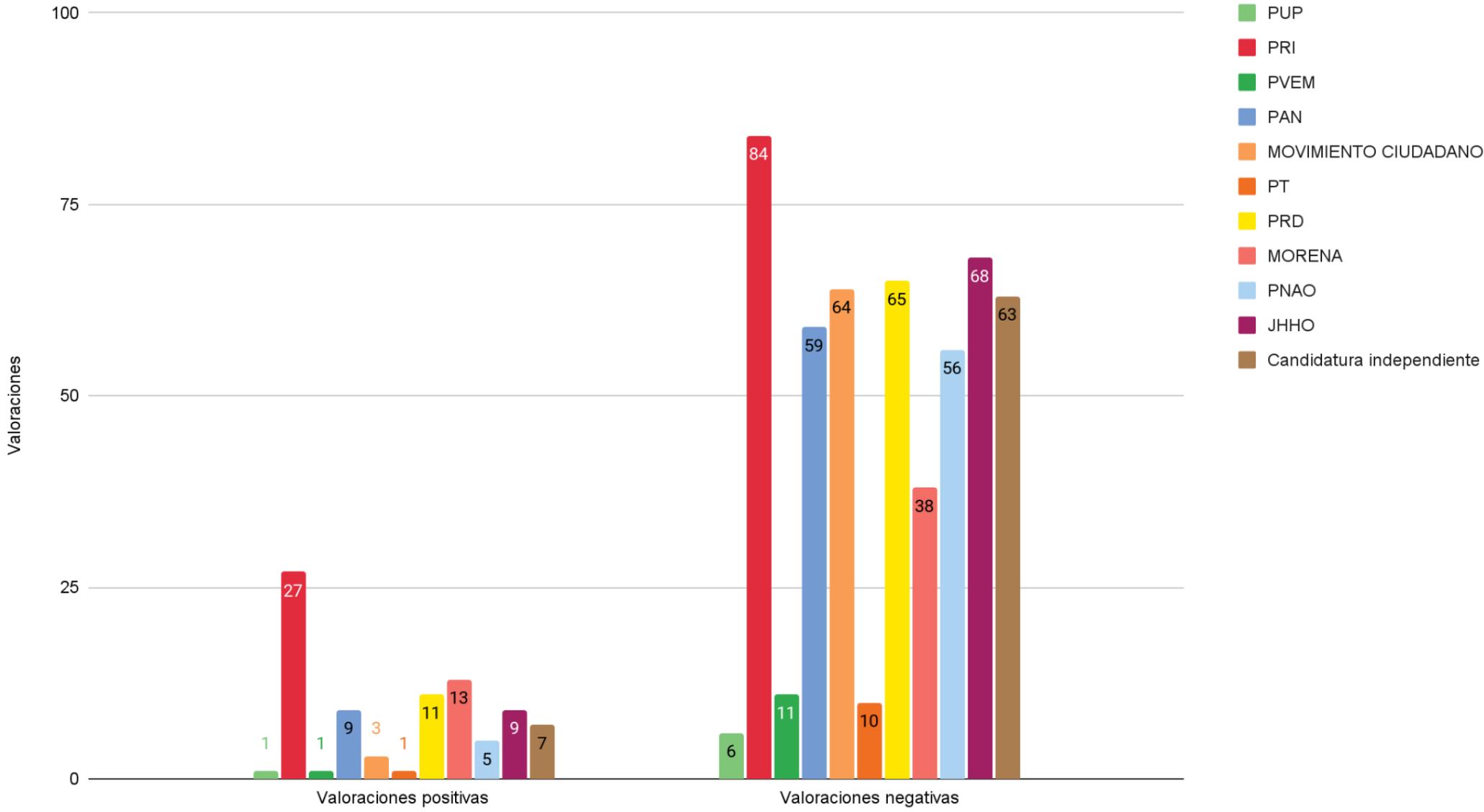
Gráfica 18. Valoración de la información en radio y televisión por partido, coalición o candidatura independiente



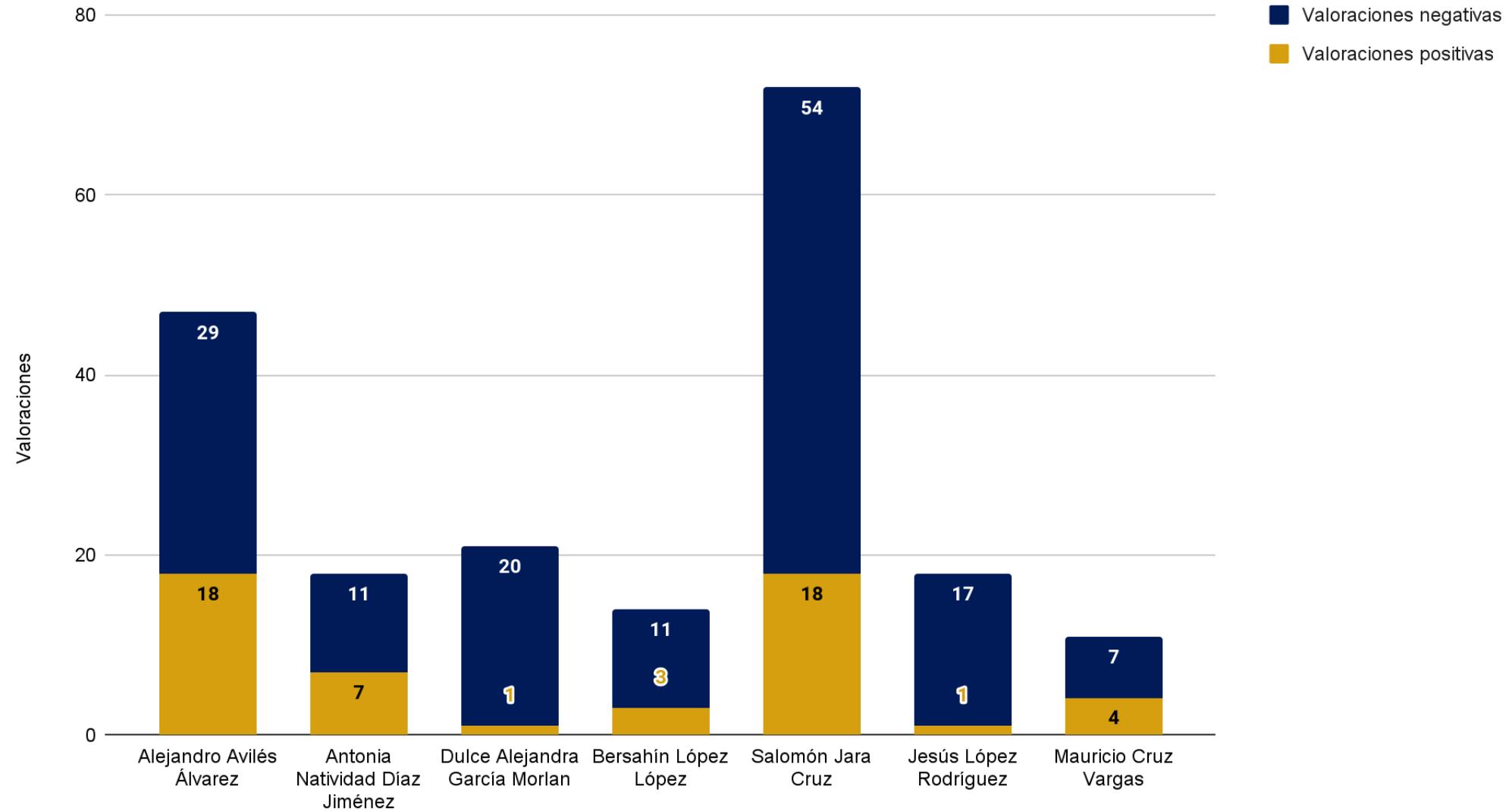
Gráfica 19. Piezas informativas valoradas y no valoradas por partido político, coalición o candidatura independiente en radio



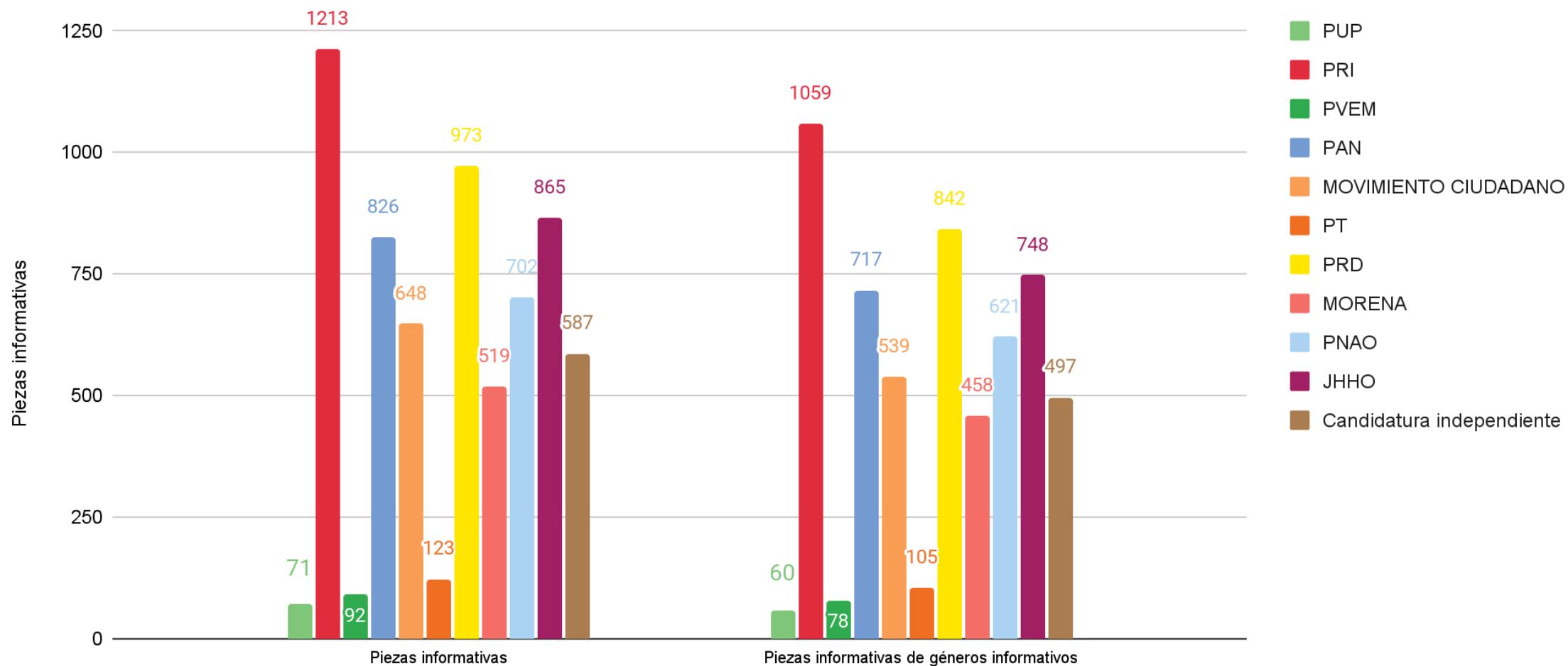
Gráfica 20. Valoraciones positivas y negativas por partido político, coalición o candidatura independiente en radio



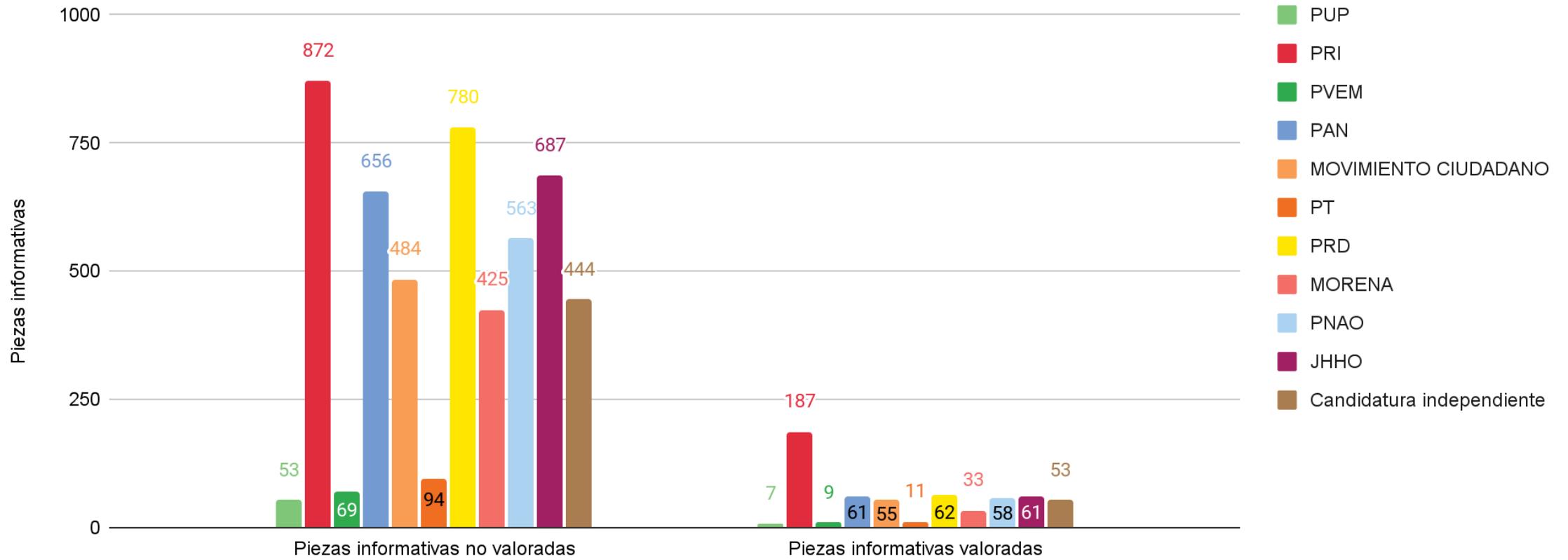
Gráfica 21. Valoraciones positivas y negativas de la información en radio y televisión por persona



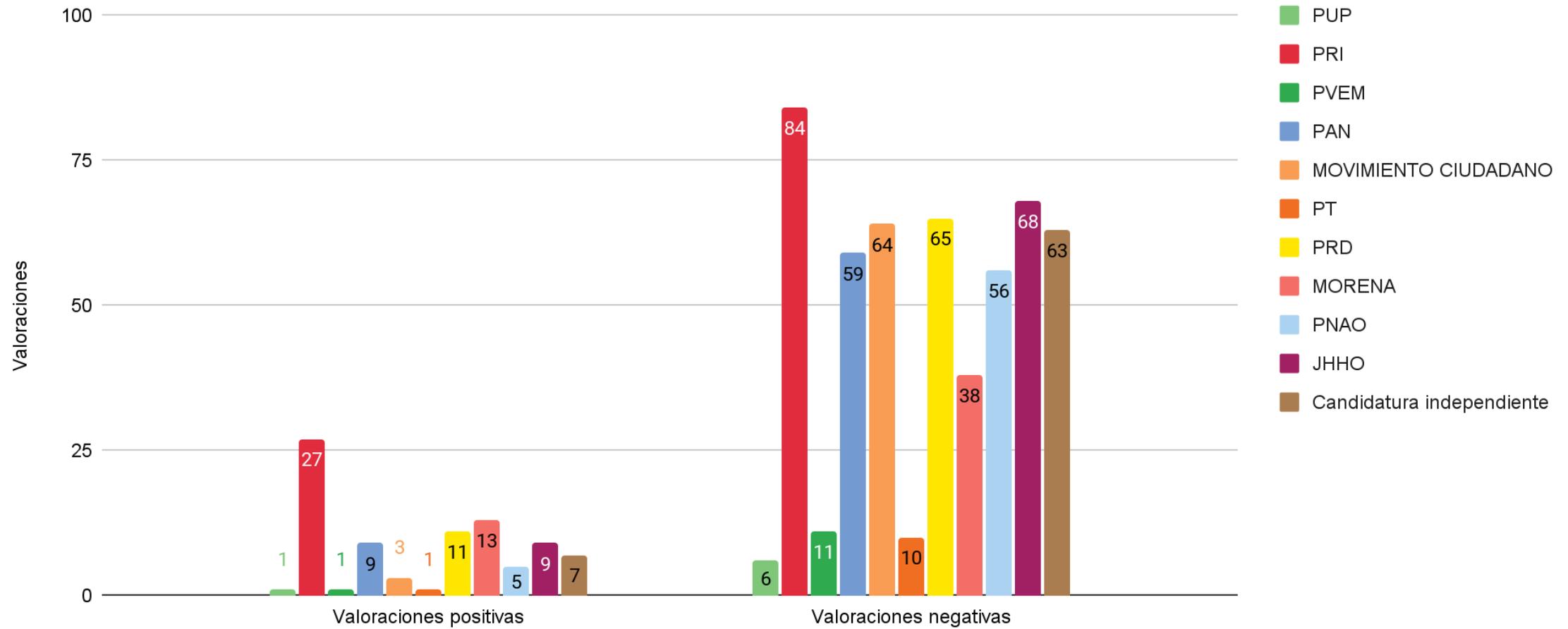
Gráfica 22. Piezas informativas por partido político, coalición o candidatura independiente en radio



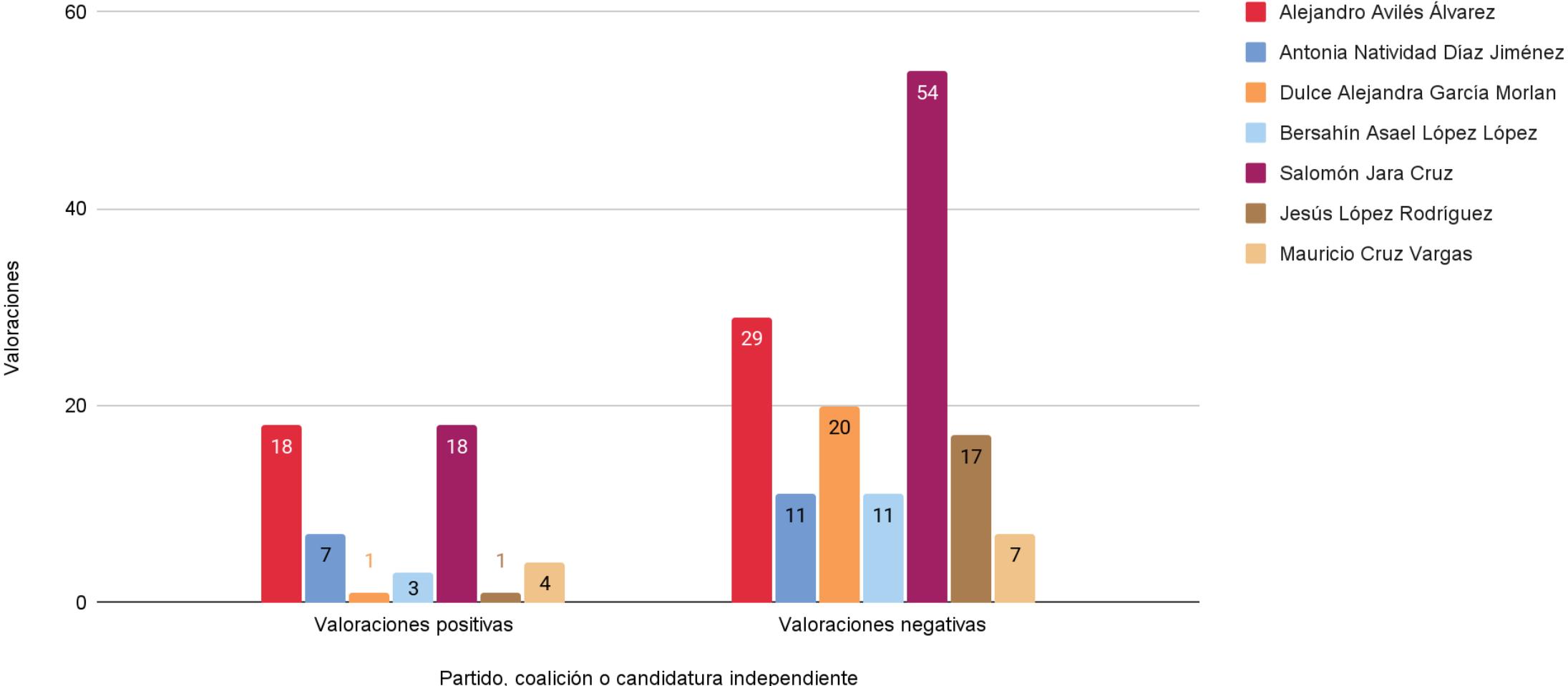
Gráfica 23. Piezas informativas valoradas y no valoradas por partido político, coalición o candidatura independiente en radio



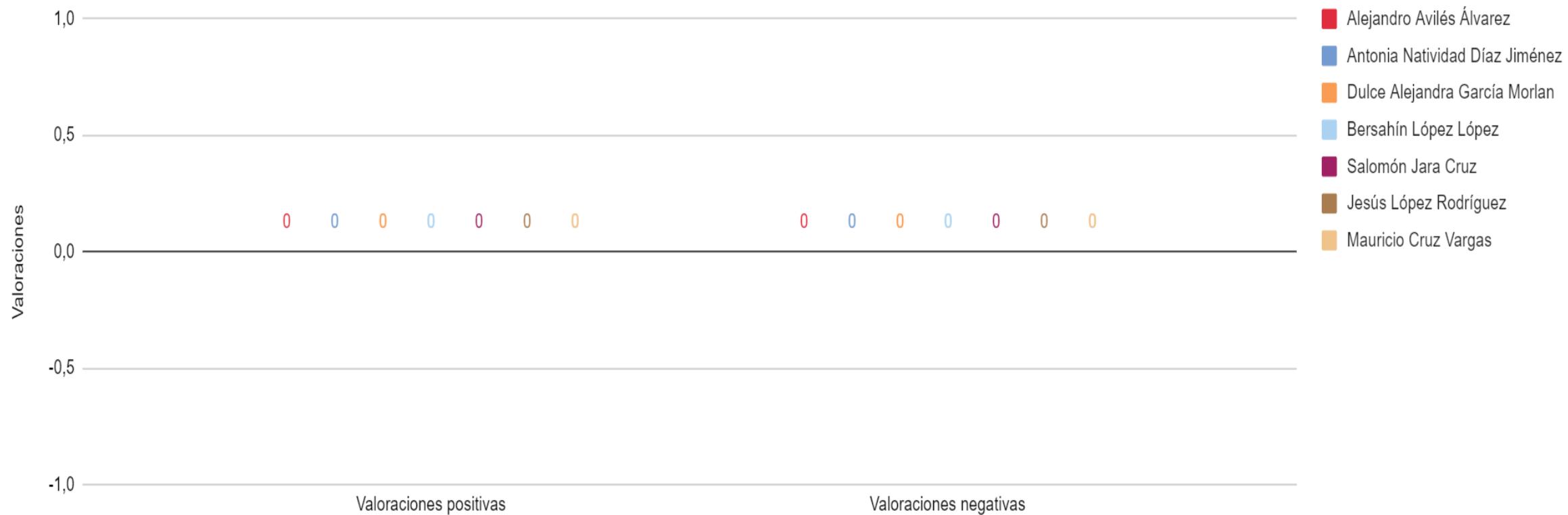
Gráfica 24. Valoraciones positivas y negativas por partido político, coalición o candidatura independiente en radio



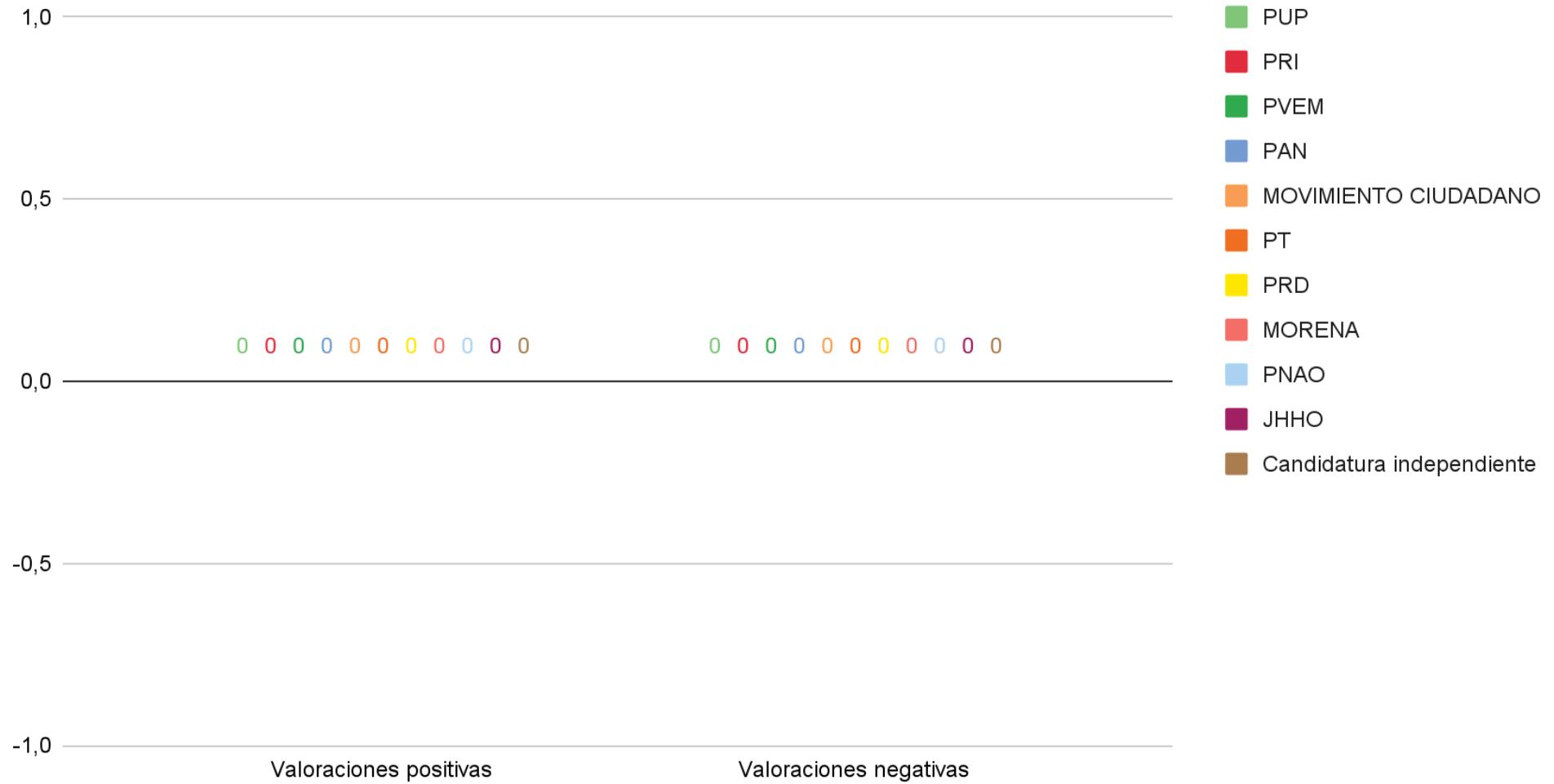
Gráfica 25. Valoraciones positivas y negativas por persona en radio



Gráfica 26. Valoración de la información en televisión por partido político, coalición o candidatura independiente



Gráfica 27. Piezas No valoradas y Valoradas en televisión, por partido político, coalición o candidatura independiente



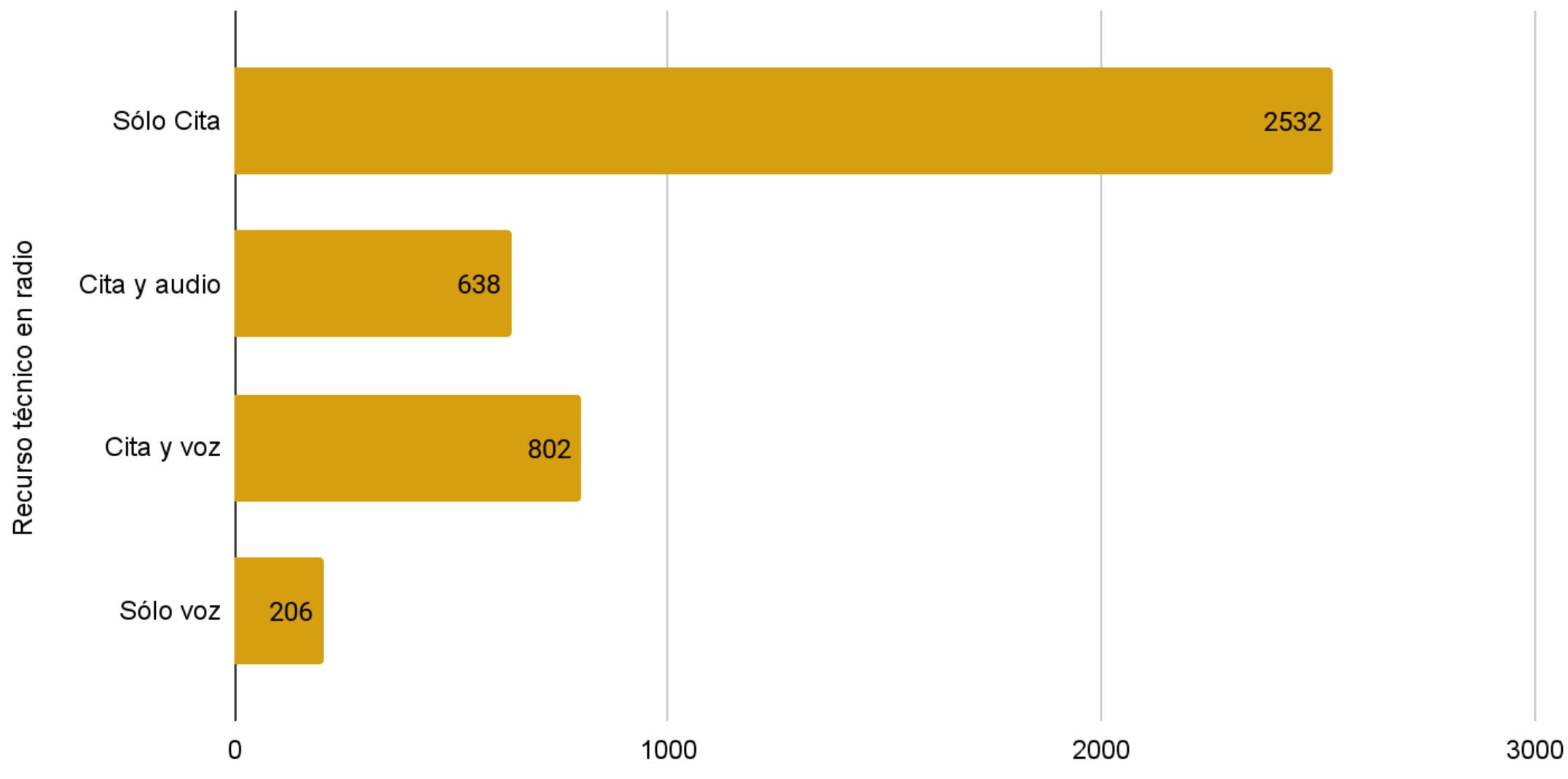
Gráfica 28. Valoración de la información en televisión por partido político, coalición o candidatura independiente



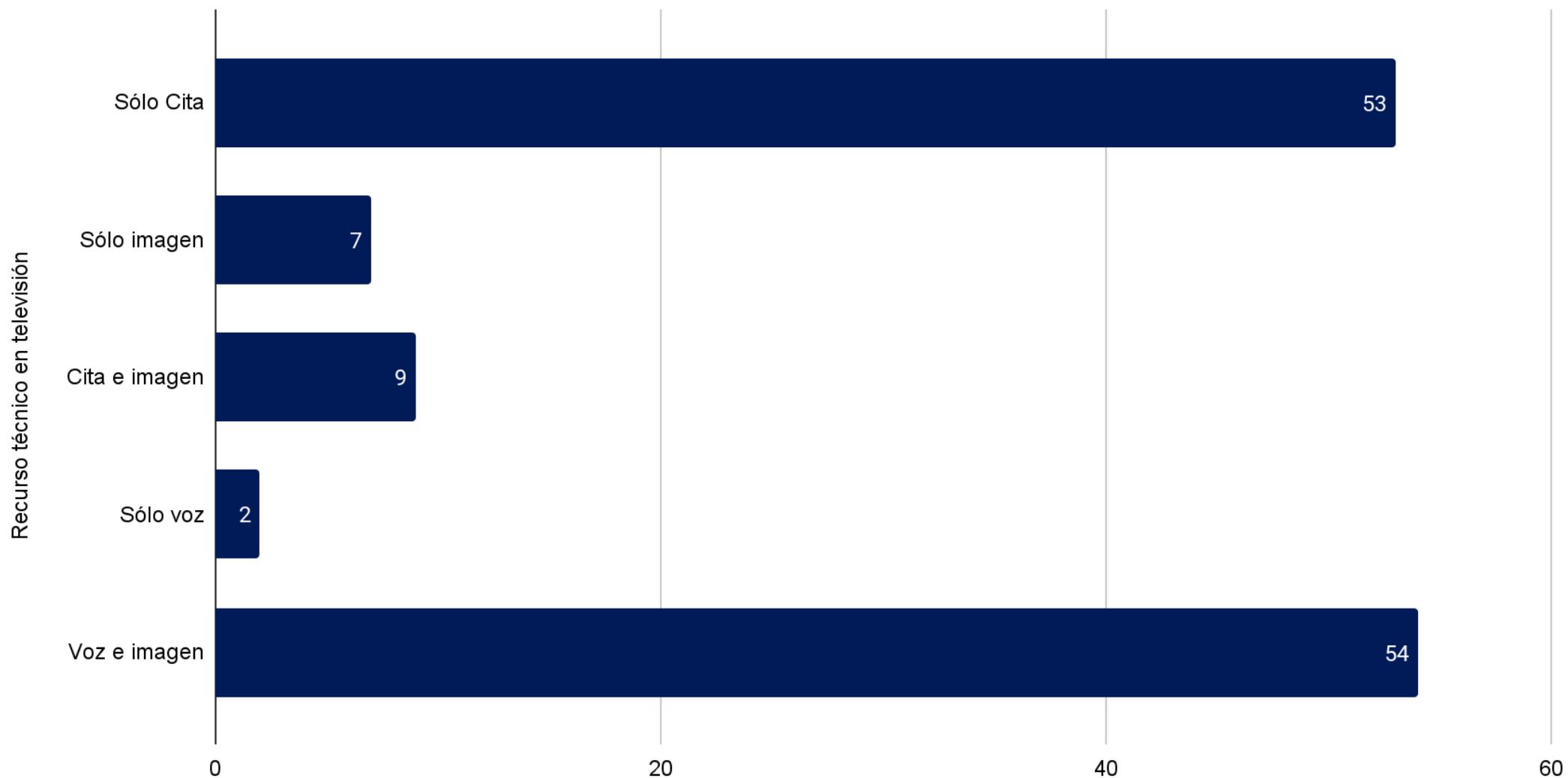
Gráfica 29. Valoraciones positivas y negativas por persona en televisión



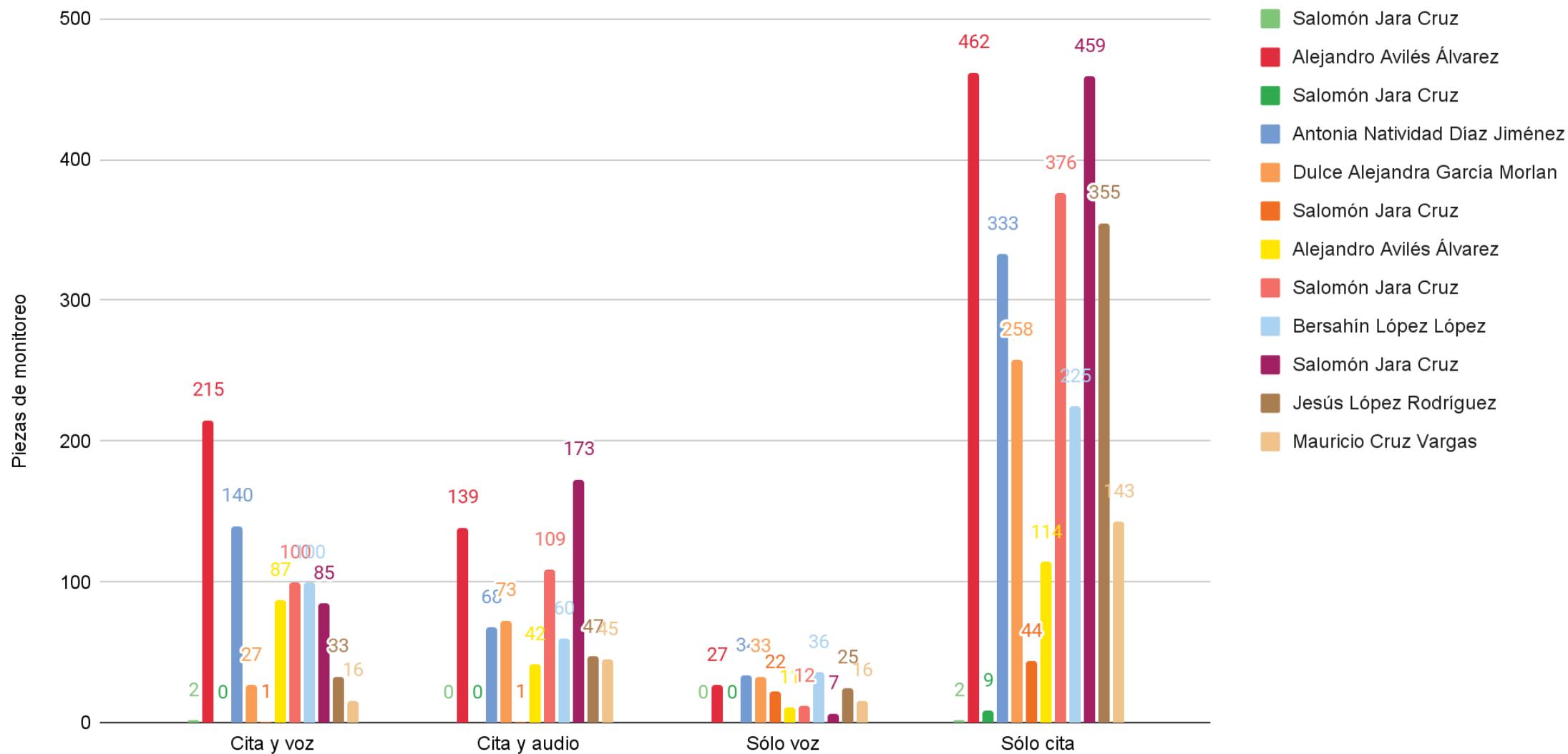
Gráfica 30. Piezas de monitoreo por recurso técnico en radio



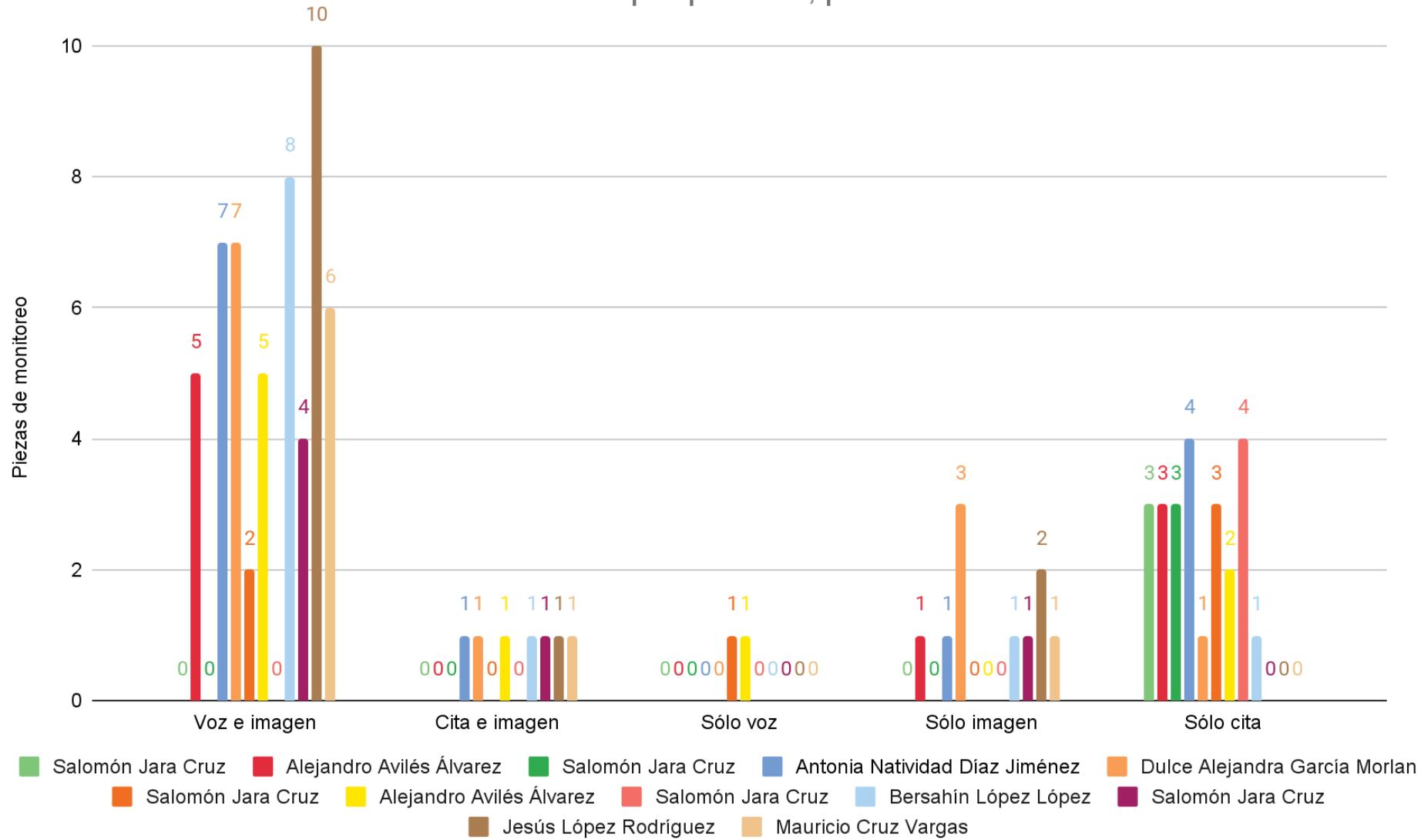
Gráfica 31. Piezas de monitoreo por recurso técnico en televisión



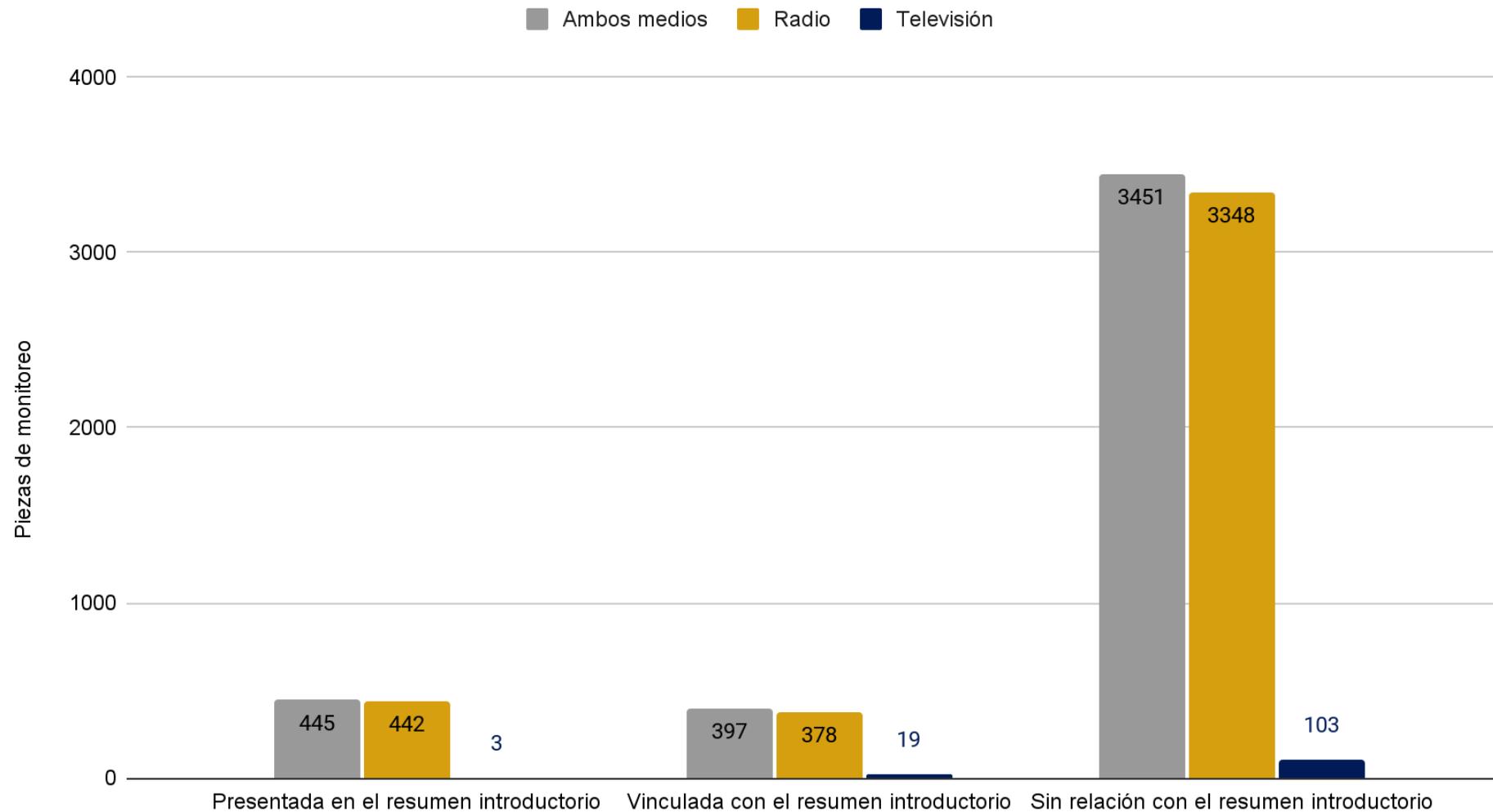
Gráfica 32. Piezas de monitoreo por persona, por recurso técnico en radio



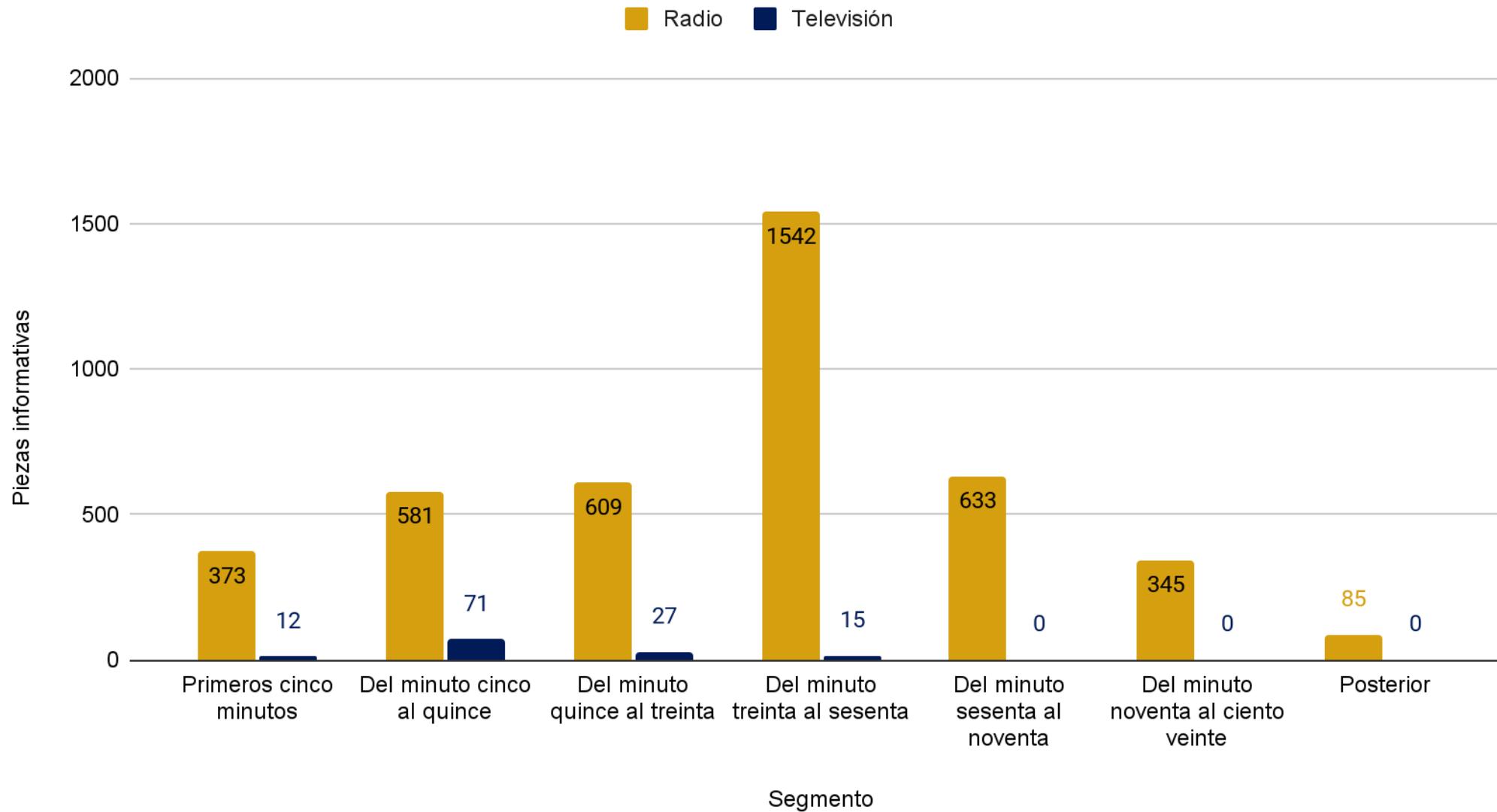
Gráfica 33. Piezas de monitoreo por persona, por recurso técnico en televisión



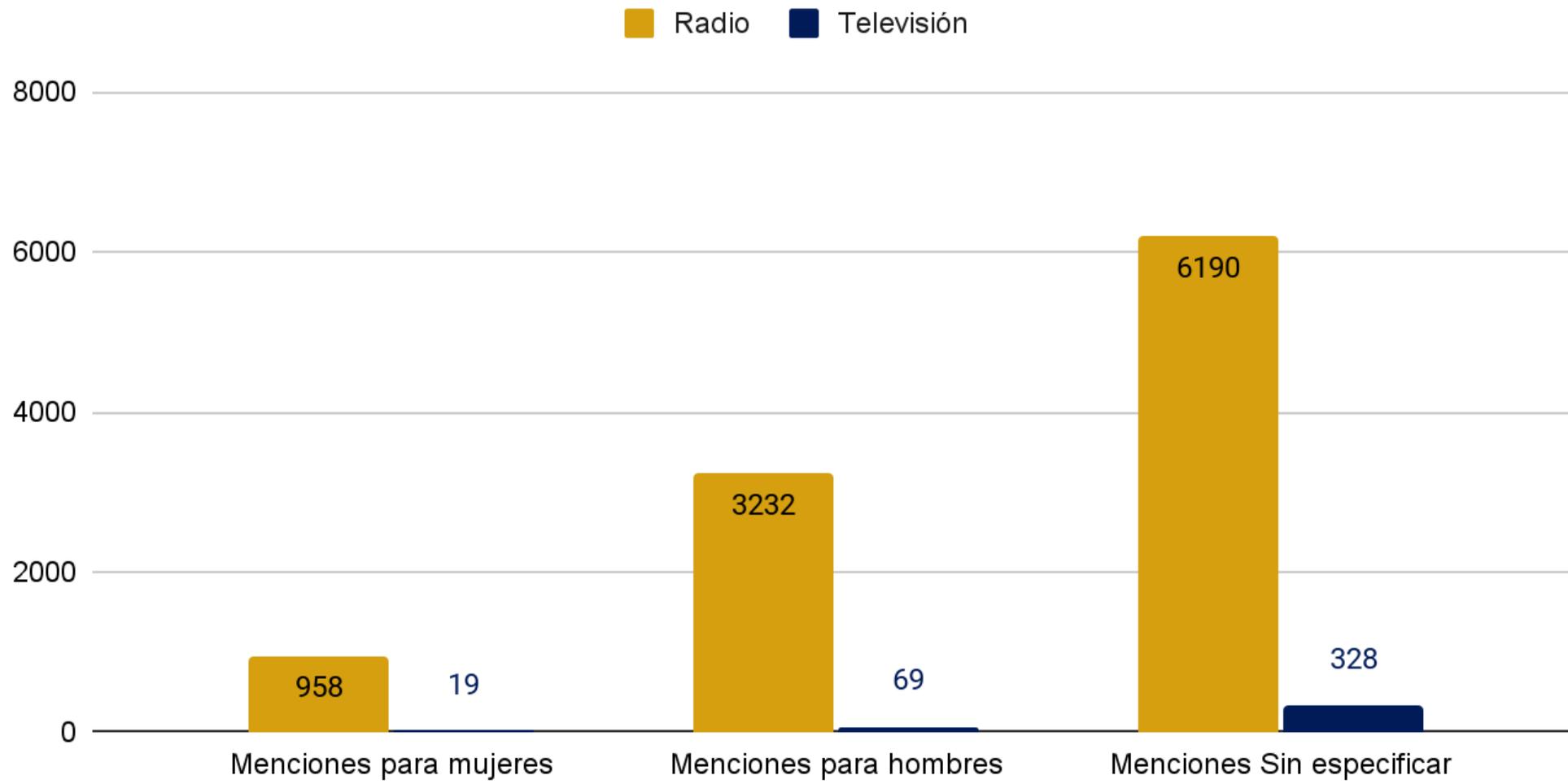
Gráfica 34. Jerarquización de la pieza informativa en radio y televisión



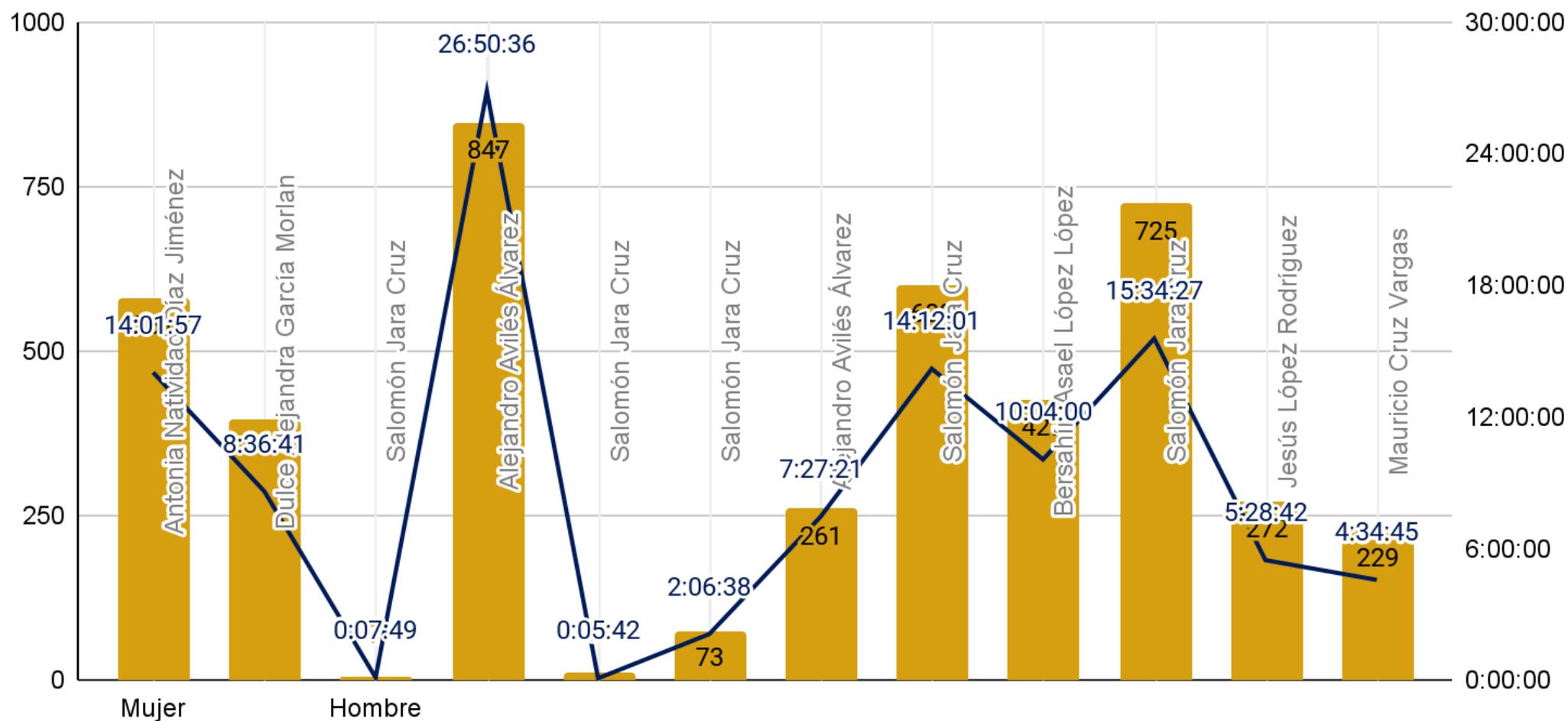
Gráfica 35. Segmento de la pieza informativa en radio y televisión



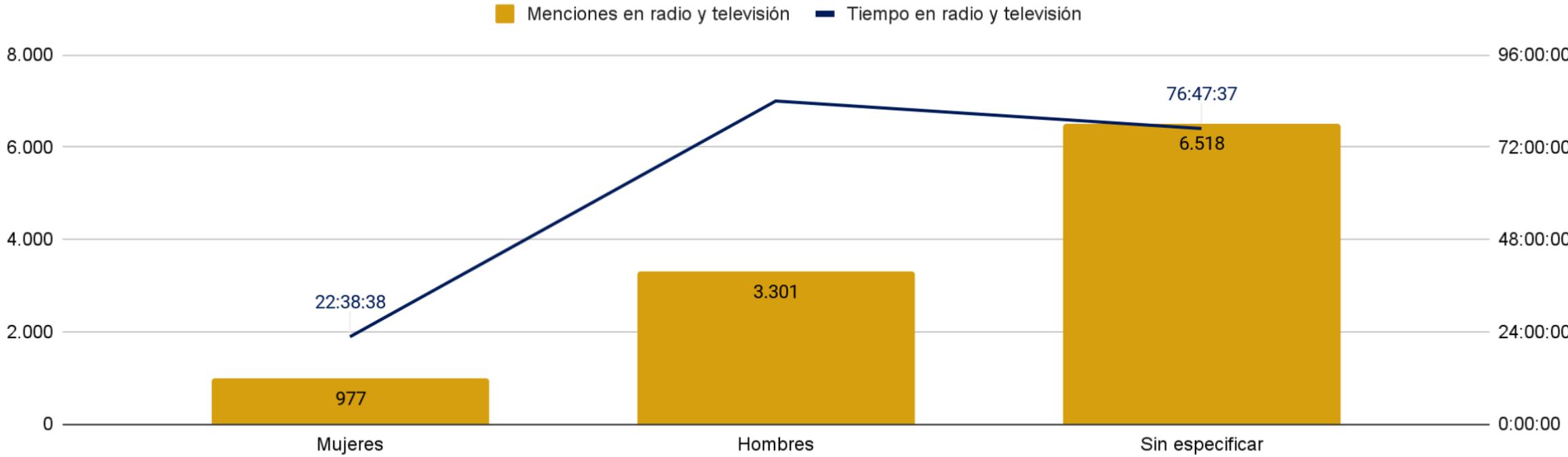
Gráfica 39. Menciones por sexo para mujeres, para hombres y sin especificar



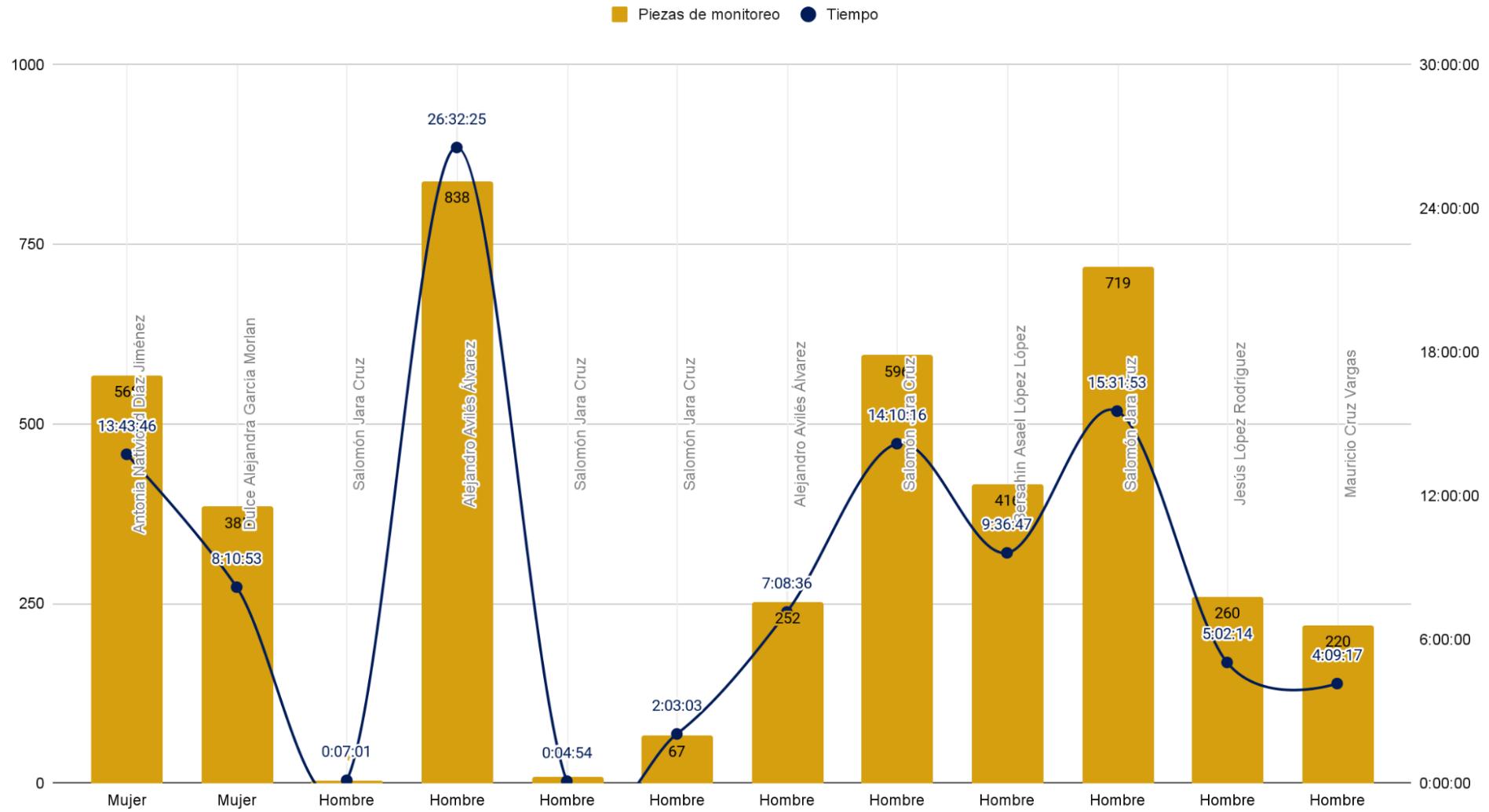
Gráfica 40. Menciones para mujeres y hombres en radio y televisión



Gráfica 41. Menciones para mujeres y hombres en radio

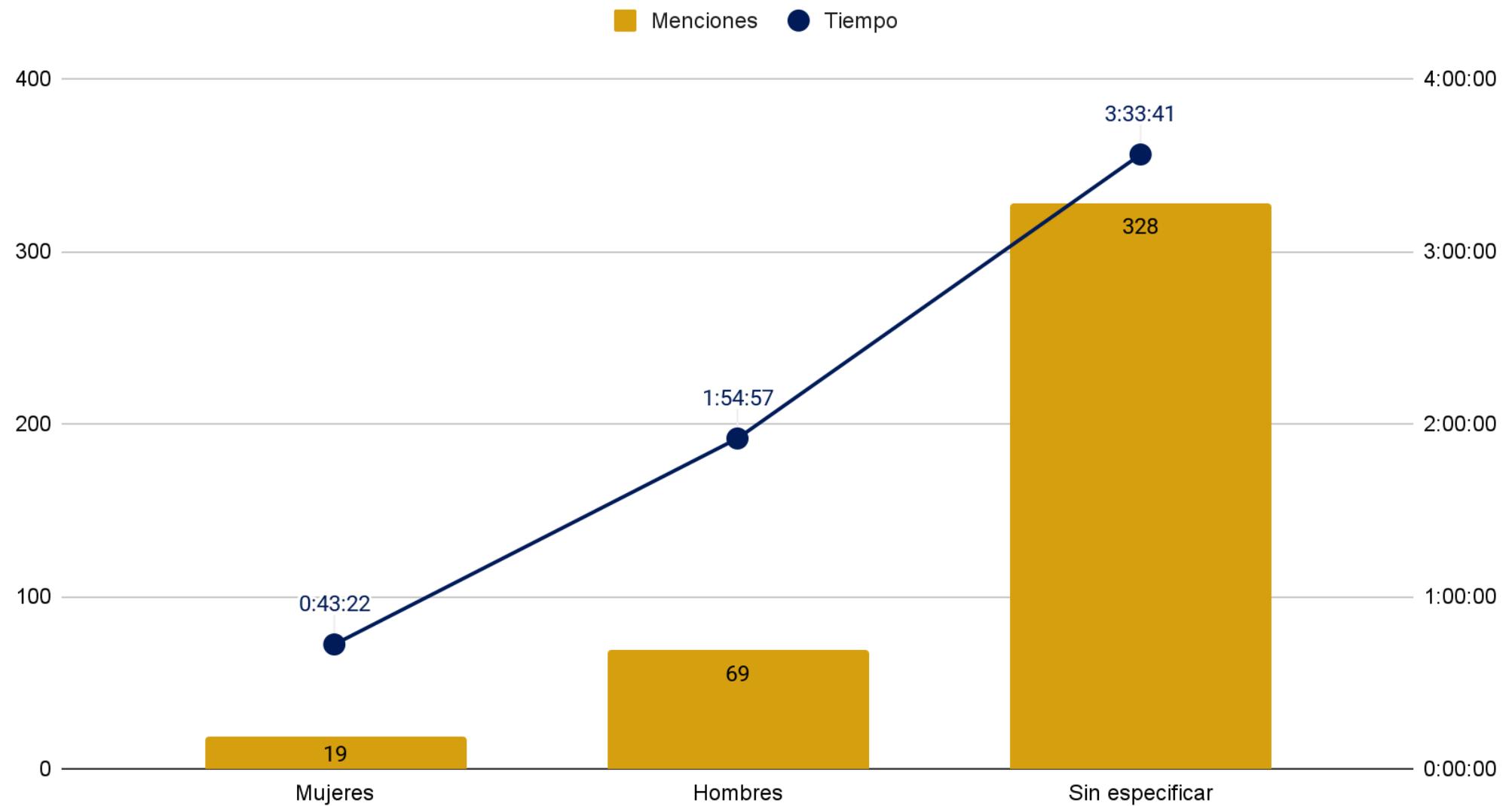


Gráfica 42. Menciones para mujeres y hombres en radio

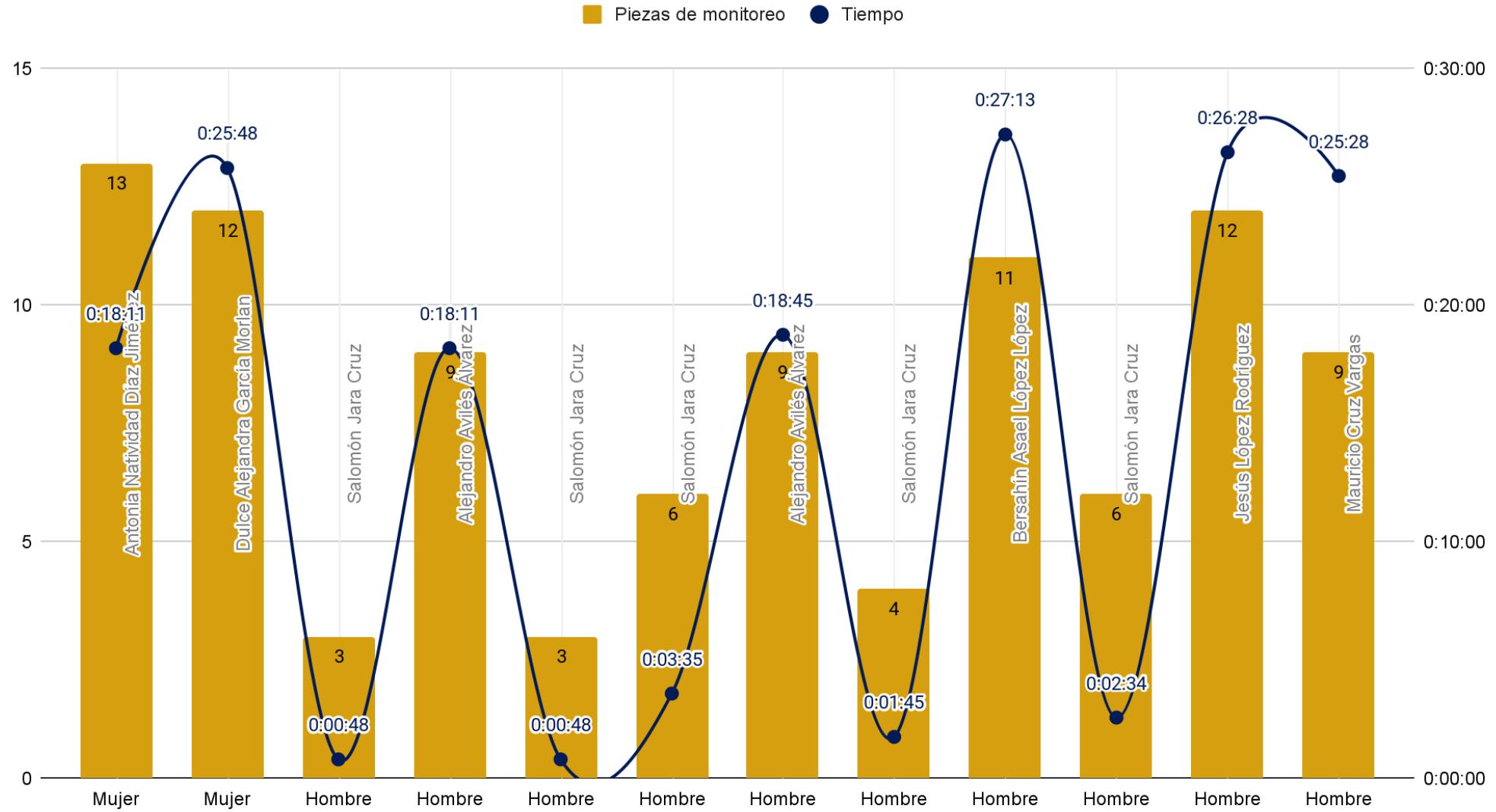


OAXACA 2022

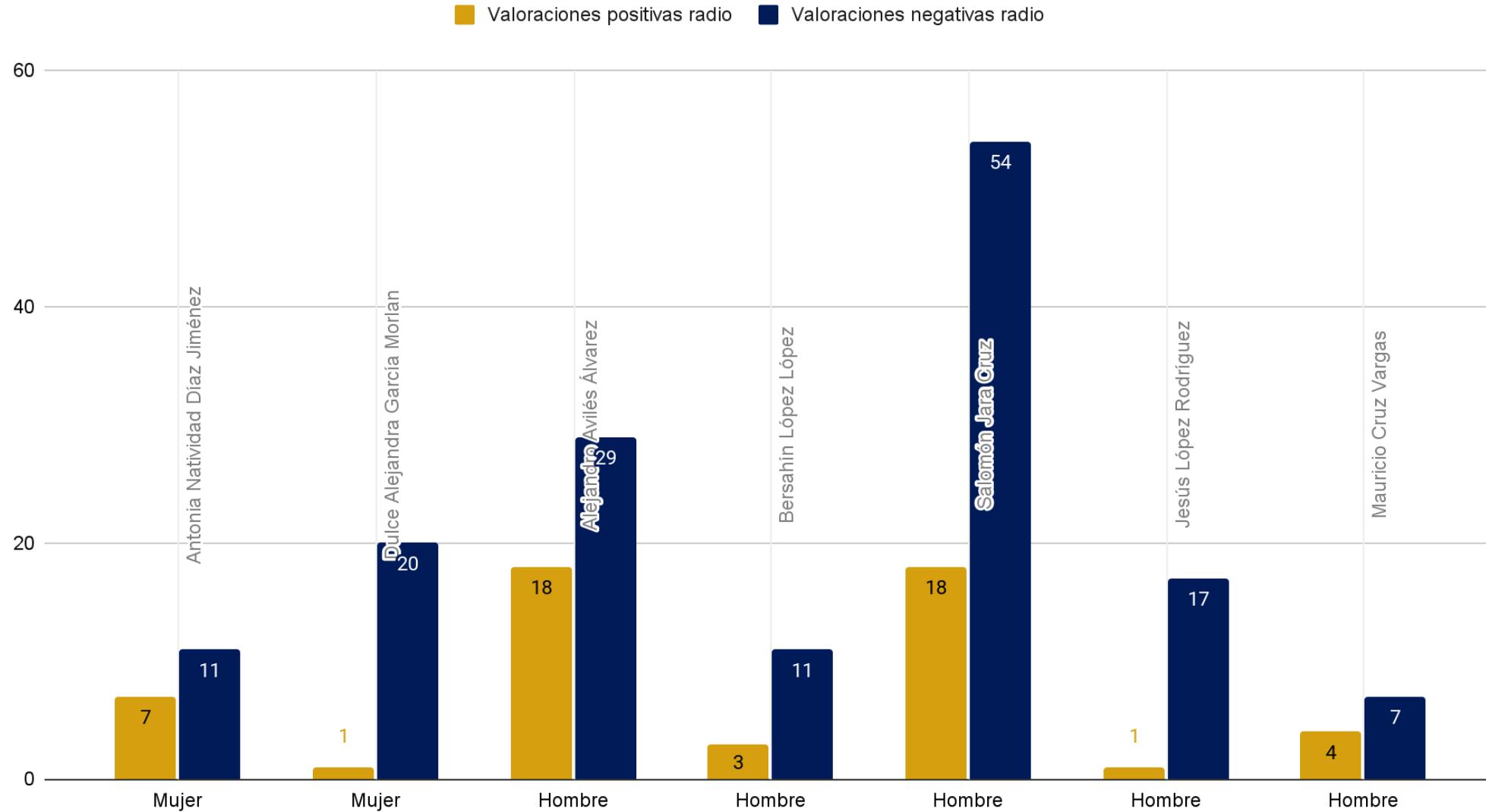
Gráfica 43. Menciones para mujeres y hombres en televisión



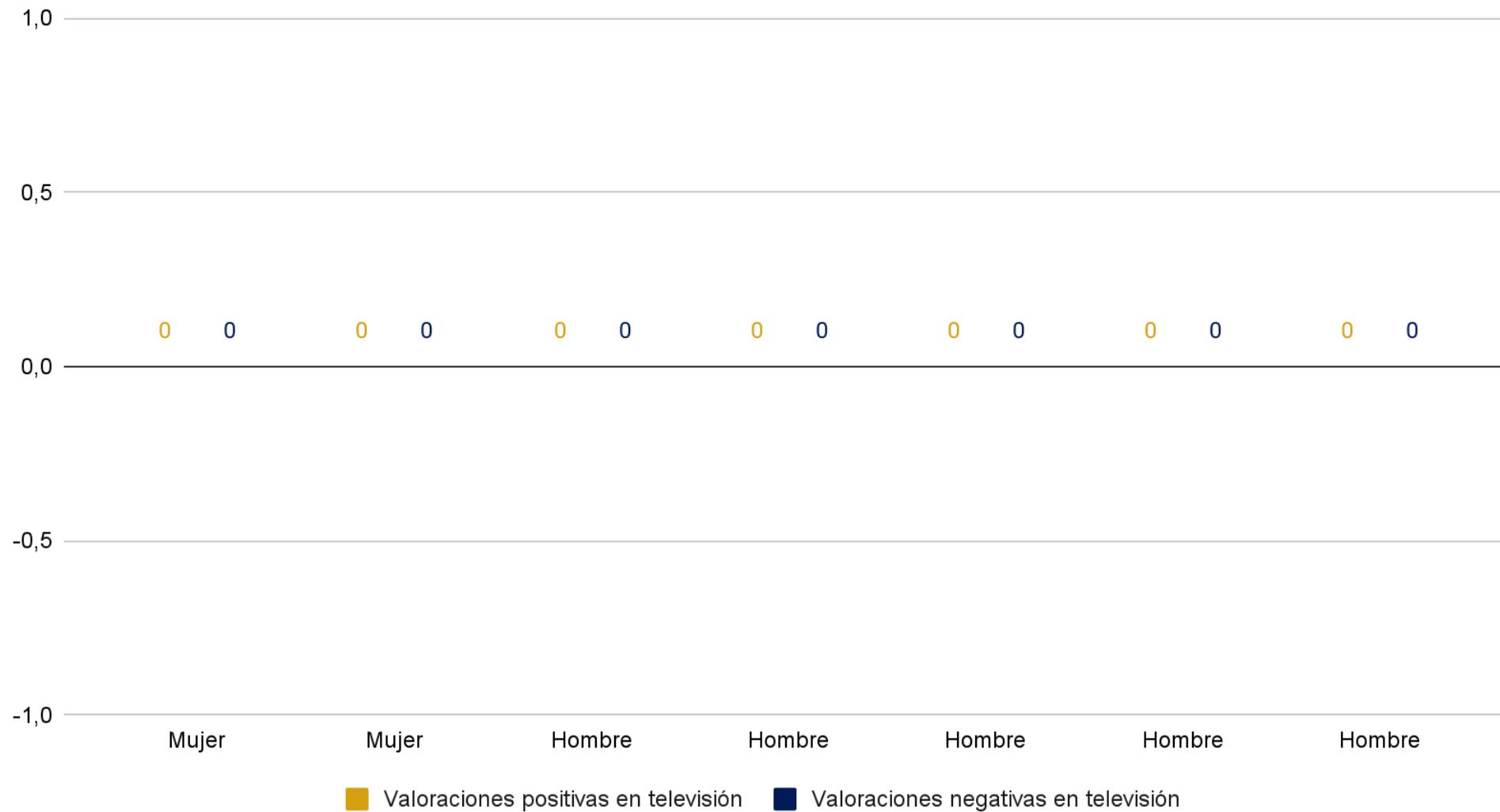
Gráfica 44. Menciones para mujeres y hombres en televisión



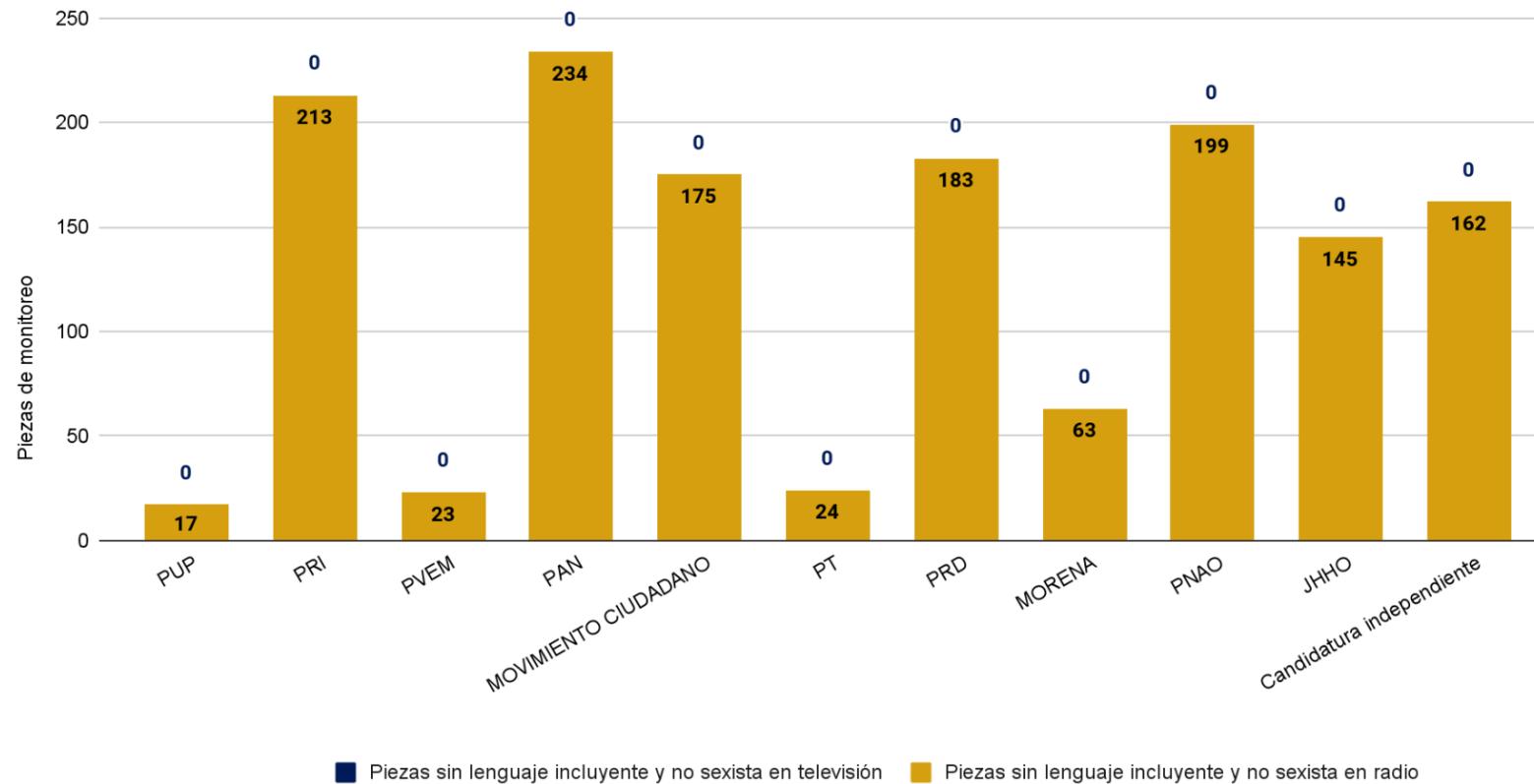
Gráfica 45. Valoraciones positivas y negativas por sexo de la persona en radio



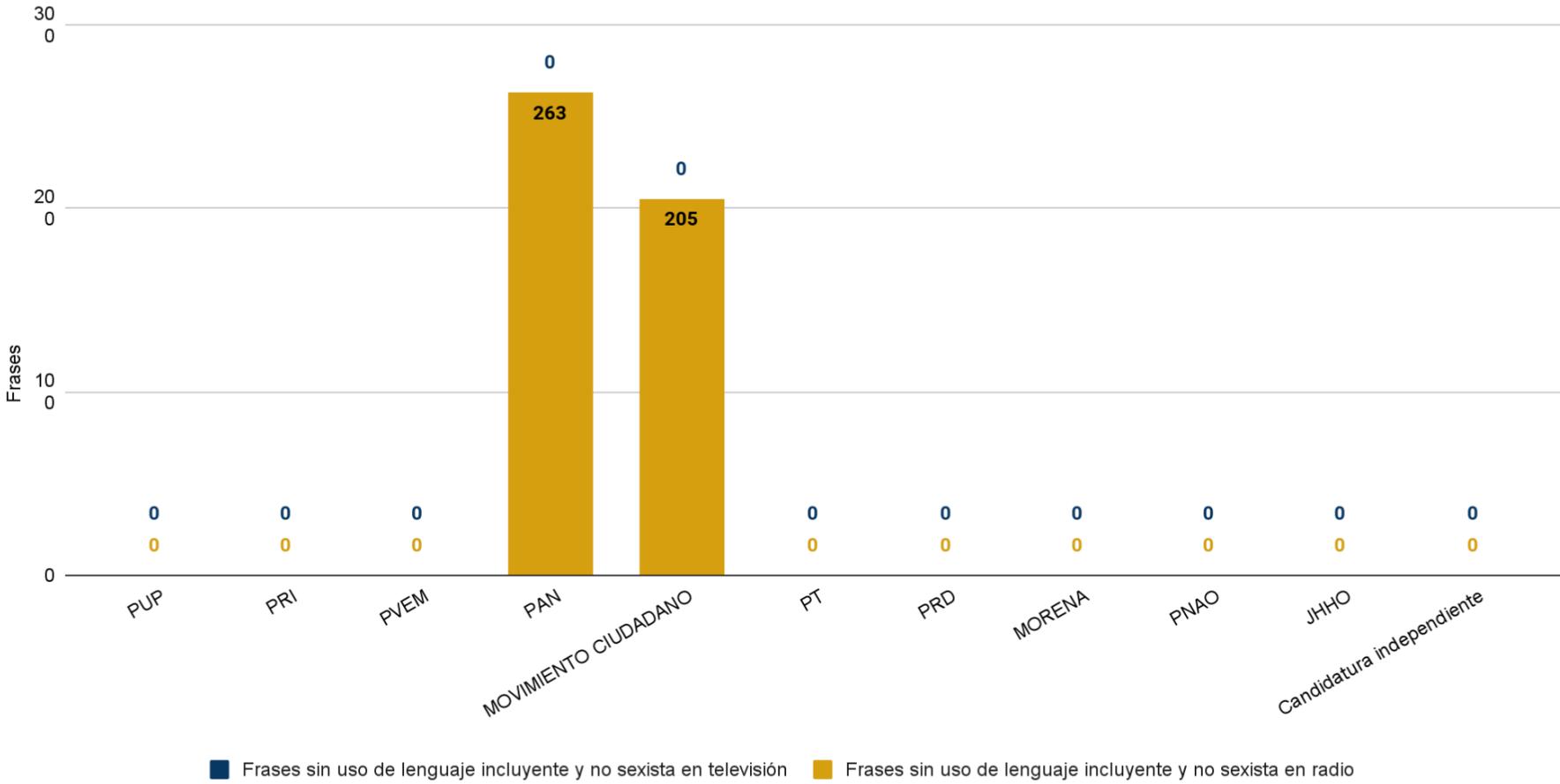
Gráfica 46. Valoraciones positivas y negativas por sexo de la persona en televisión



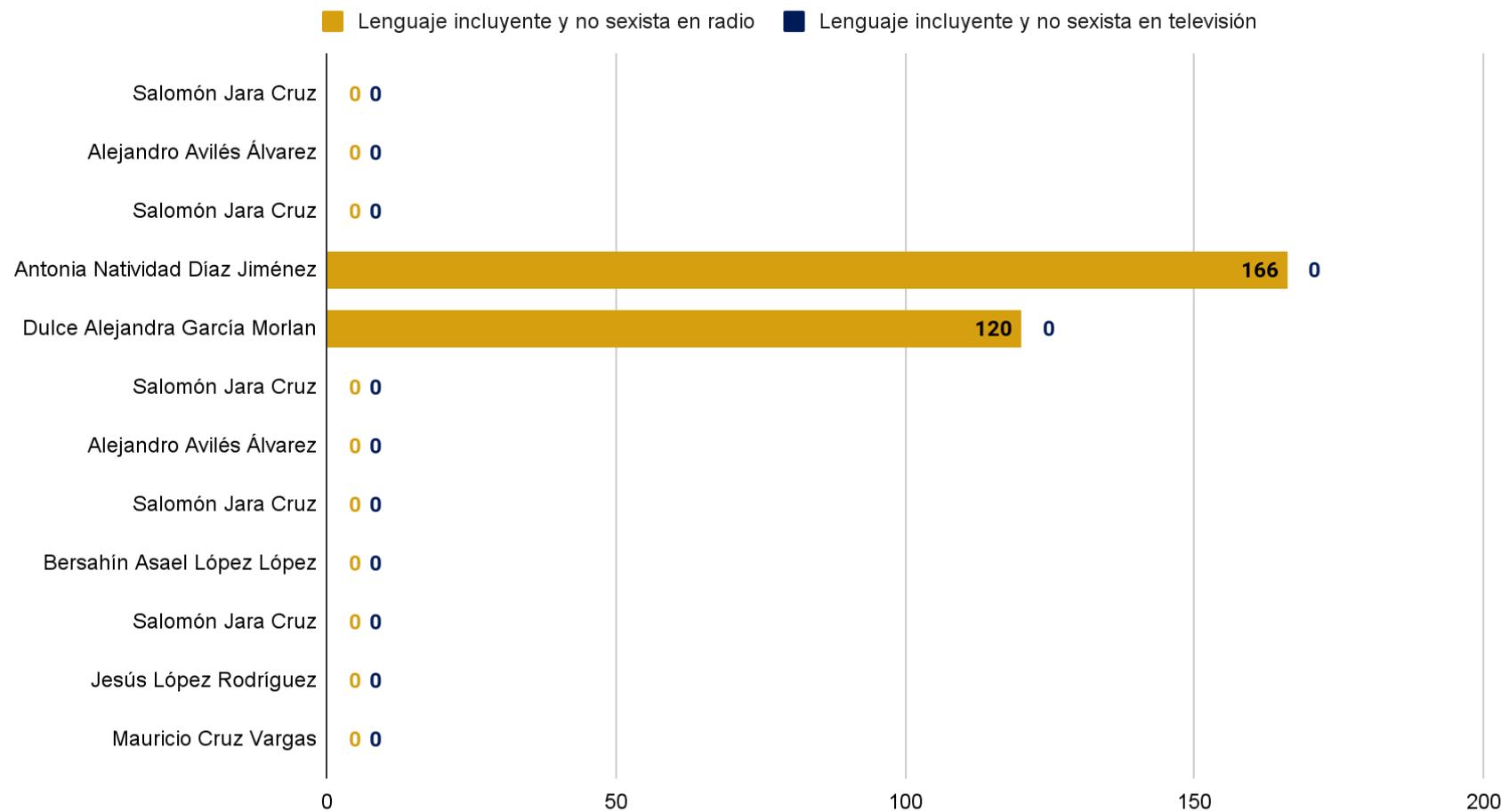
Gráfica 49. Piezas de monitoreo en radio y televisión sin uso de lenguaje incluyente y no sexista por partido político, coalición o candidatura independiente



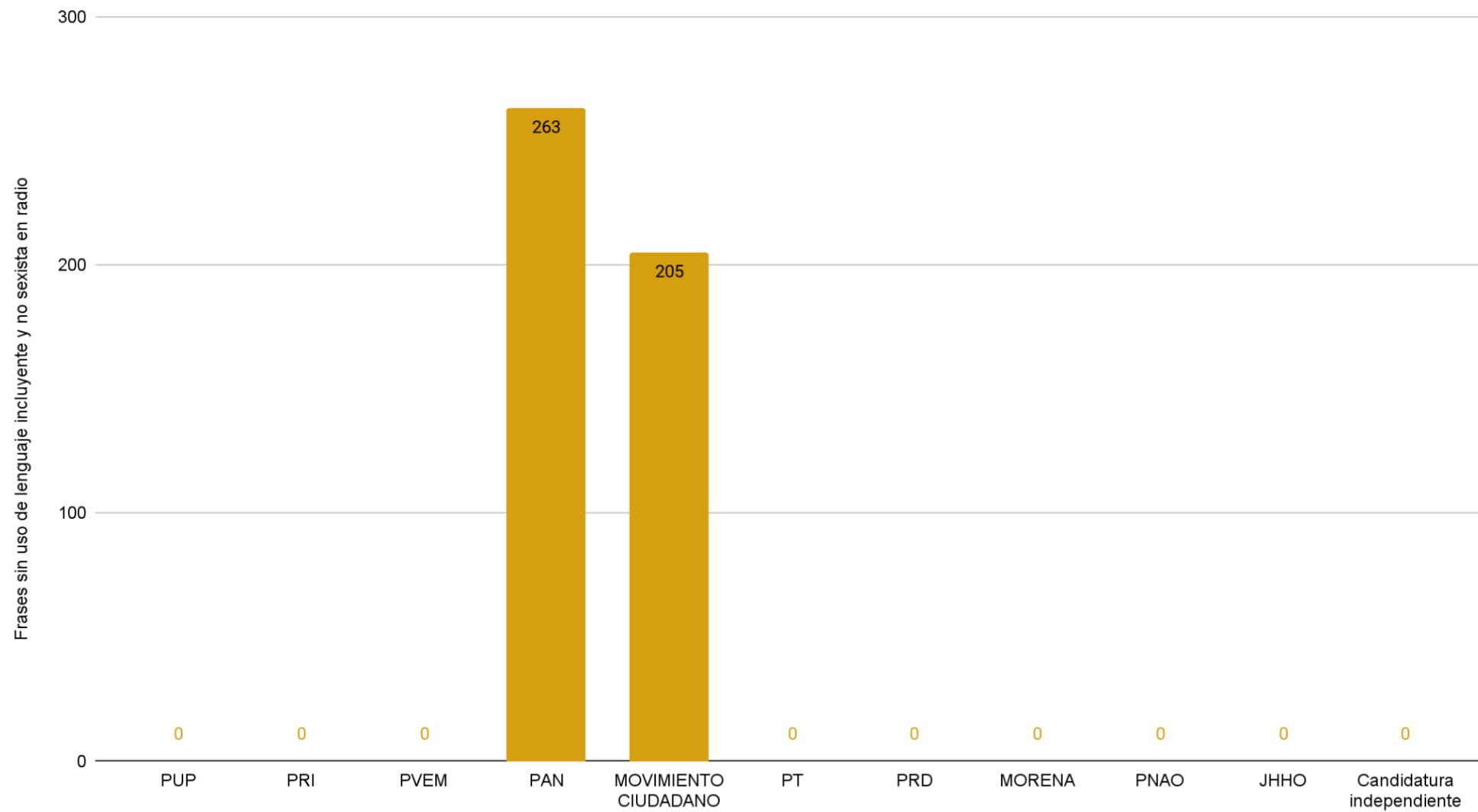
Gráfica 50. Frases en radio y televisión sin uso de lenguaje incluyente y no sexista en radio y televisión



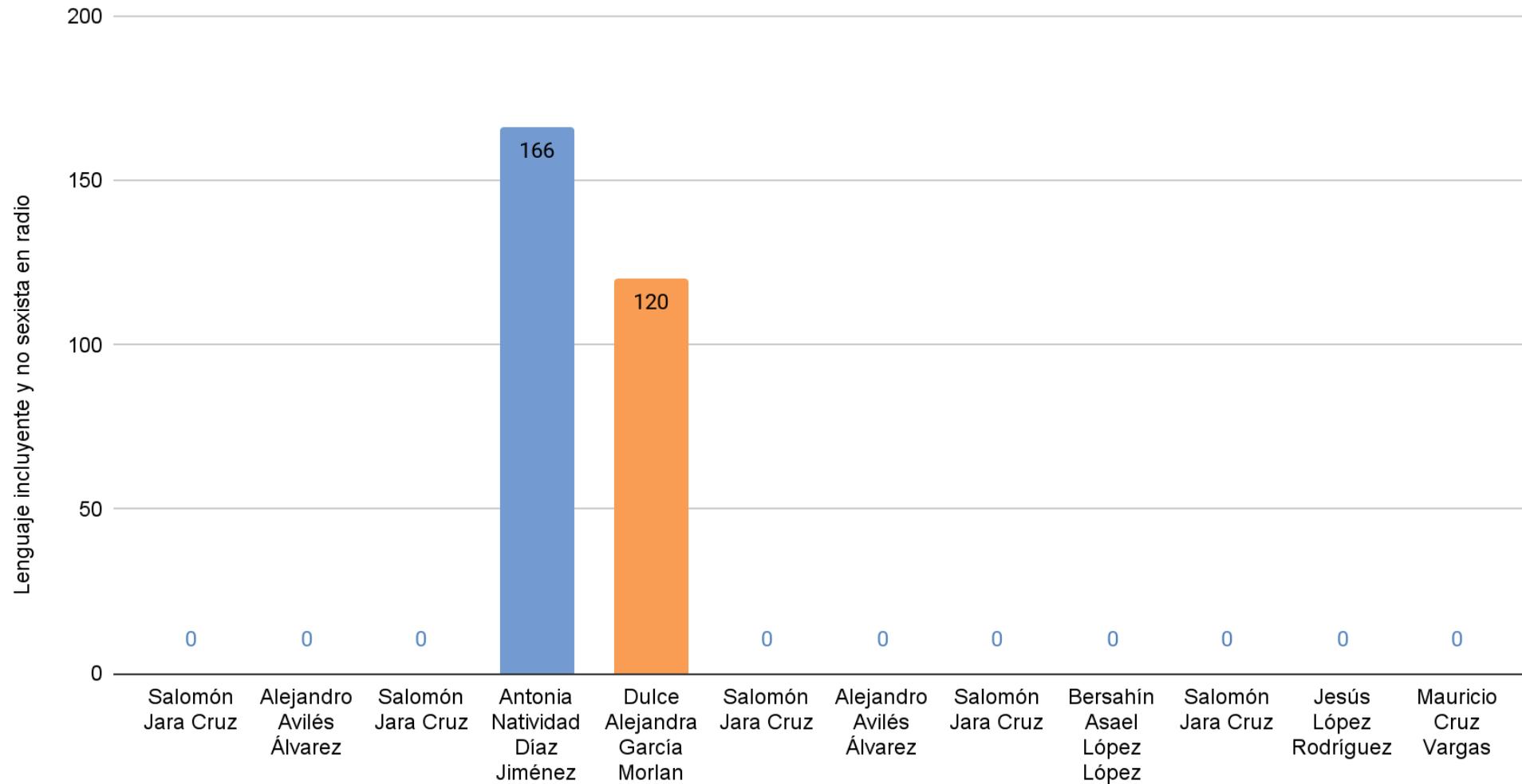
Gráfica 51. Frases sin uso de lenguaje incluyente y no sexista desagregadas por persona y partido político, coalición o candidatura independiente en radio y en televisión



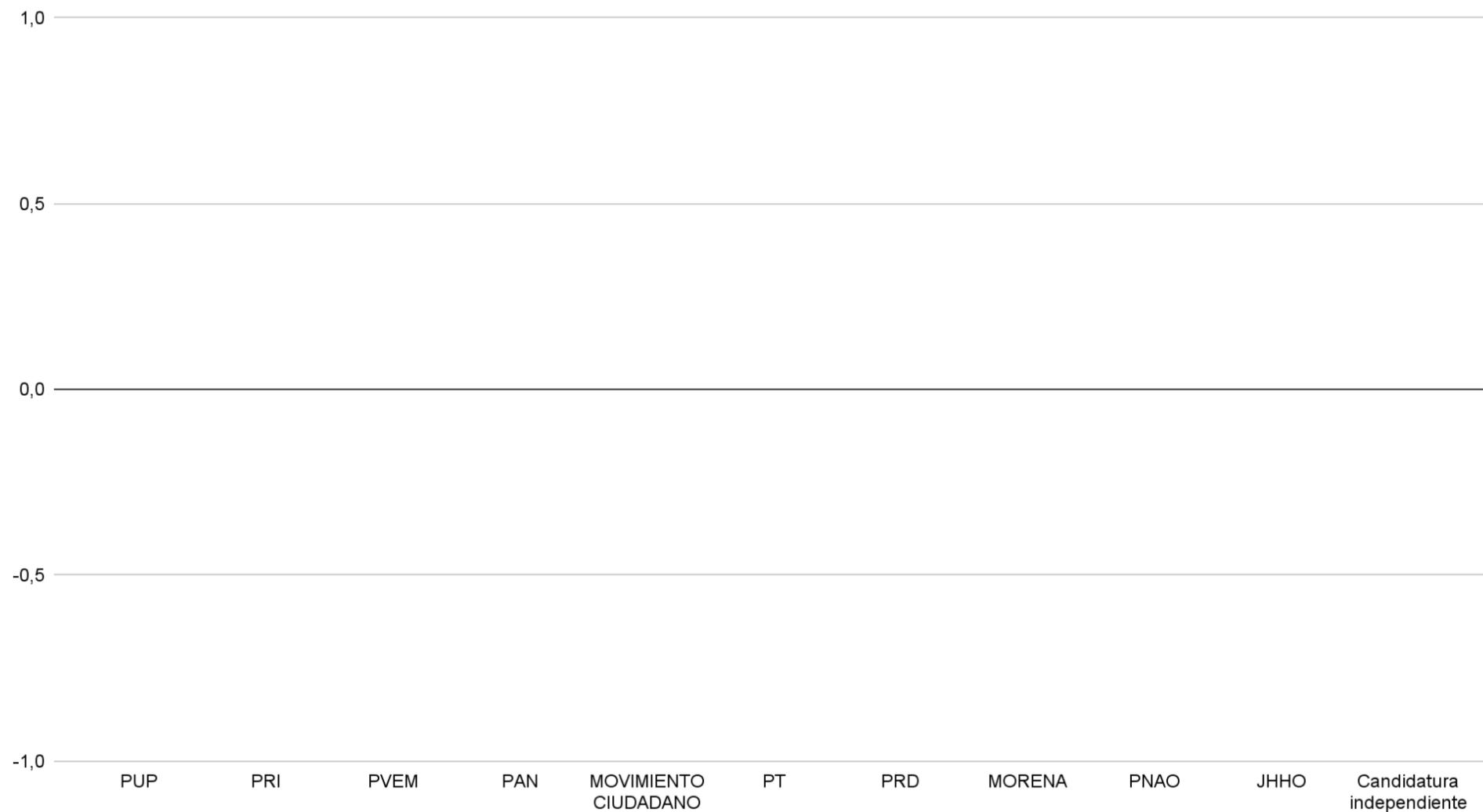
Gráfica 52. Frases en radio y televisión sin uso de lenguaje incluyente y no sexista en radio



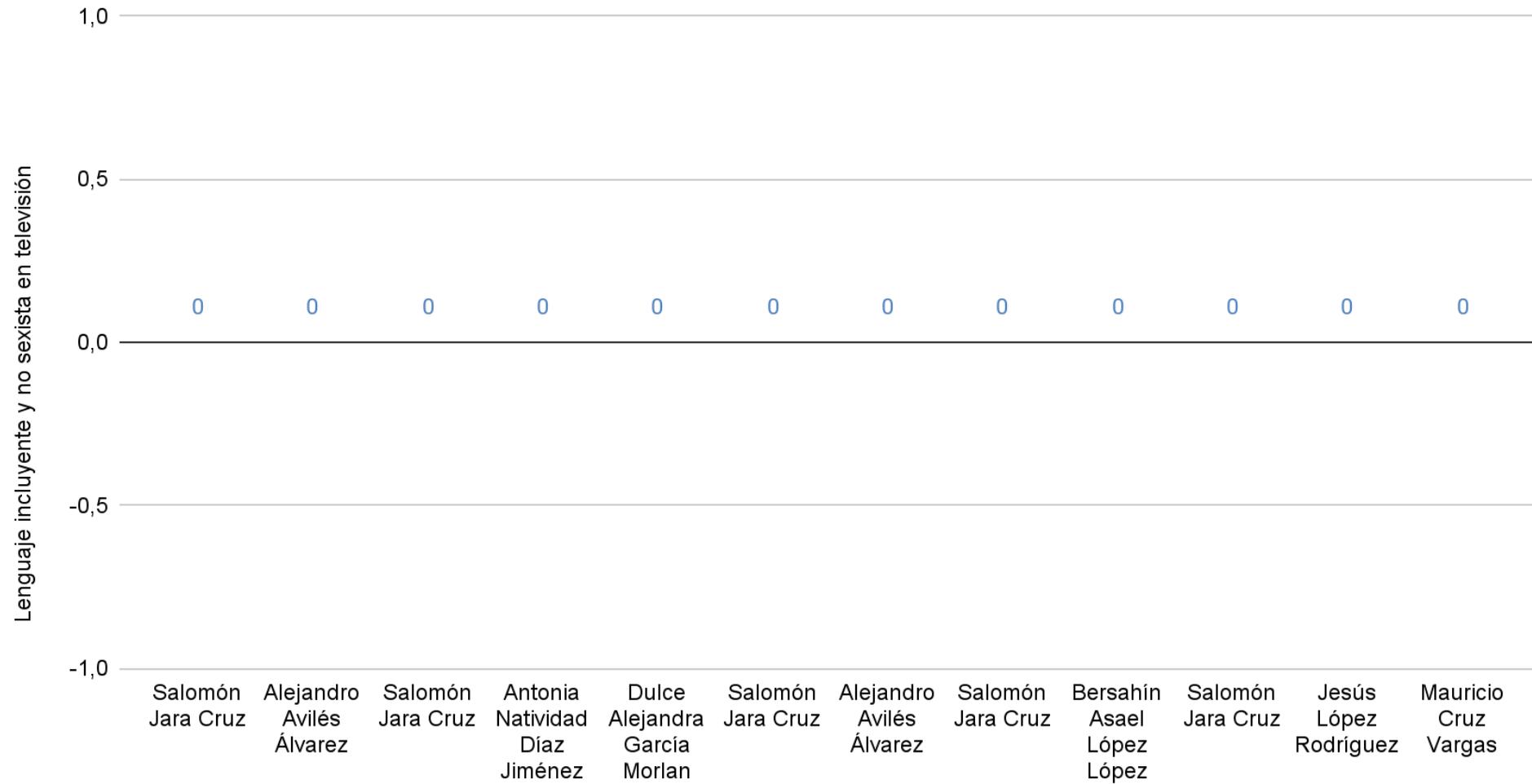
Gráfica 53. Frases sin uso de lenguaje incluyente y no sexista desagregadas por persona y partido político, coalición o candidatura independiente en radio



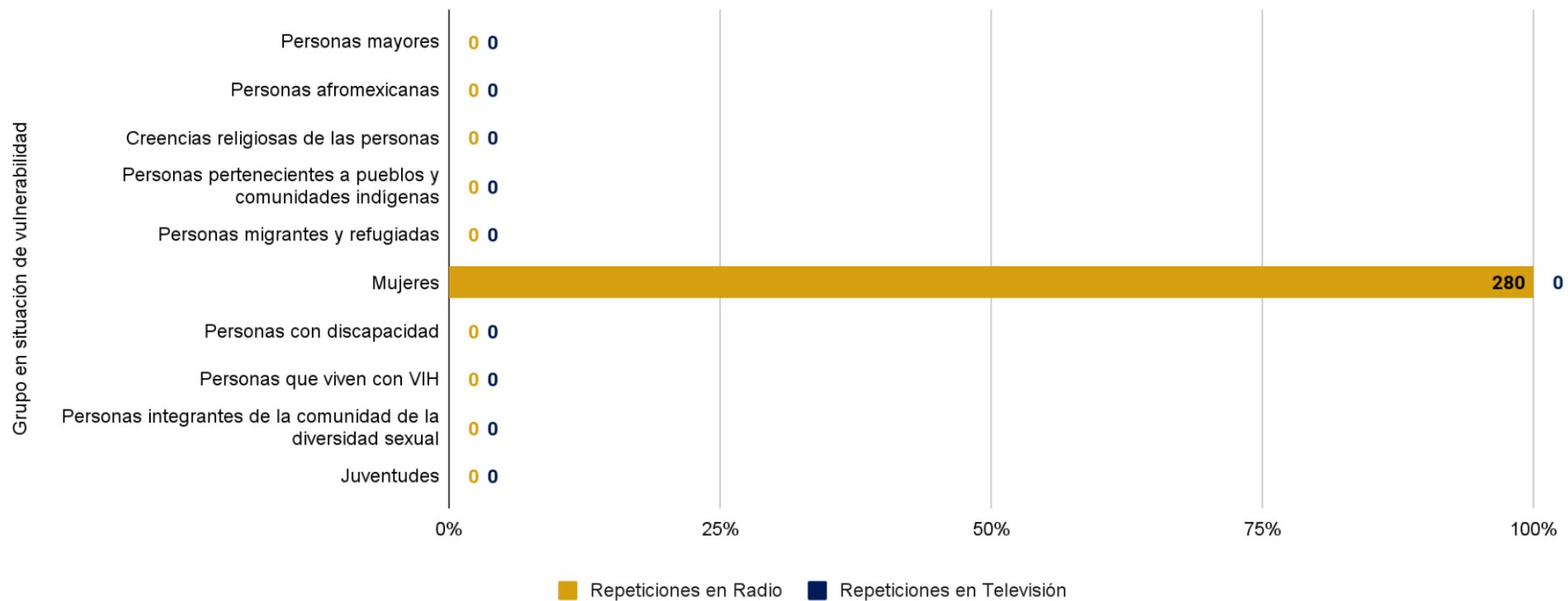
Gráfica 54. Frases en radio y televisión sin uso de lenguaje incluyente y no sexista en televisión



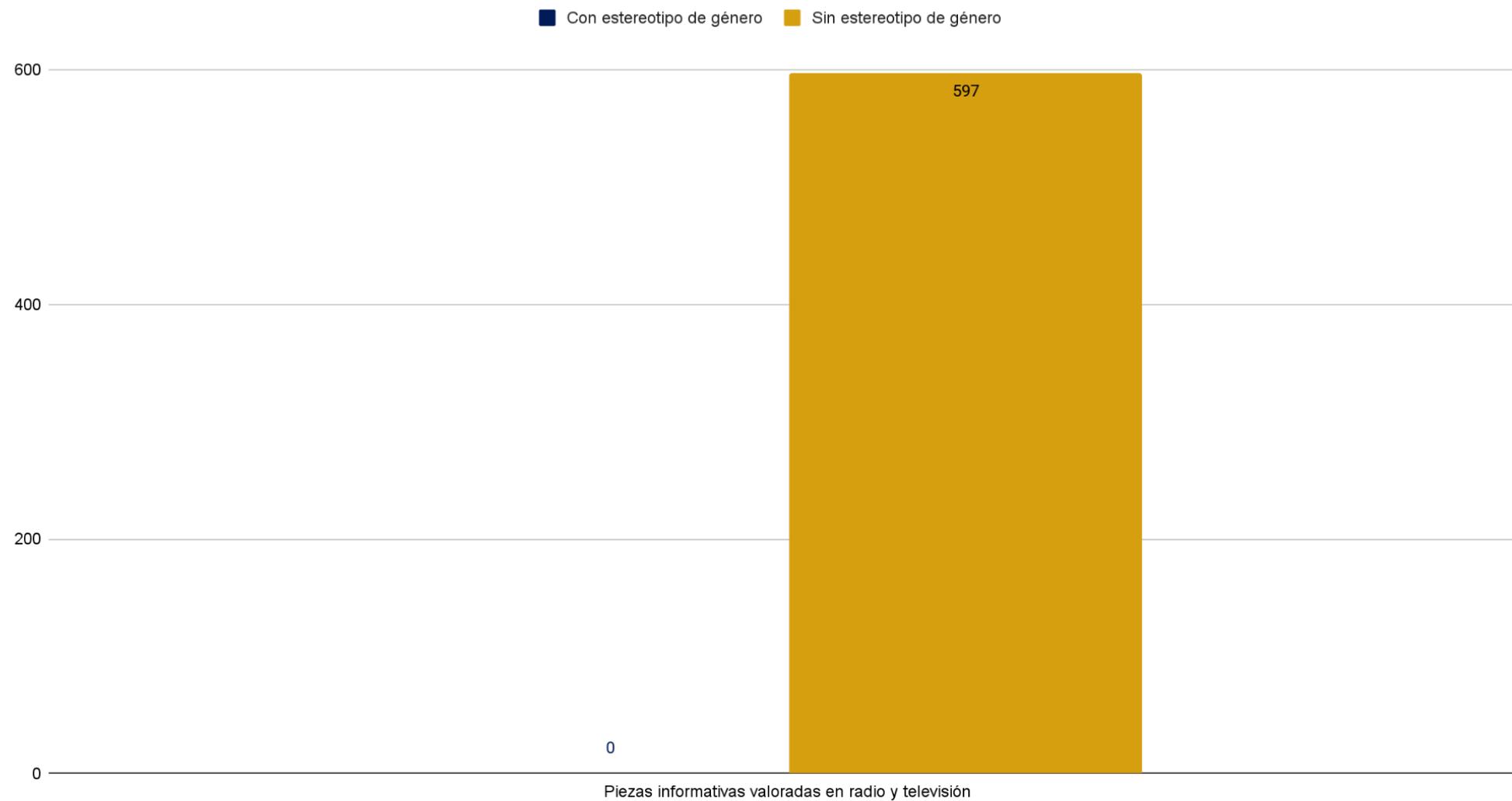
Gráfica 55. Frases sin uso de lenguaje incluyente y no sexista desagregadas por persona y partido político, coalición o candidatura independiente en televisión



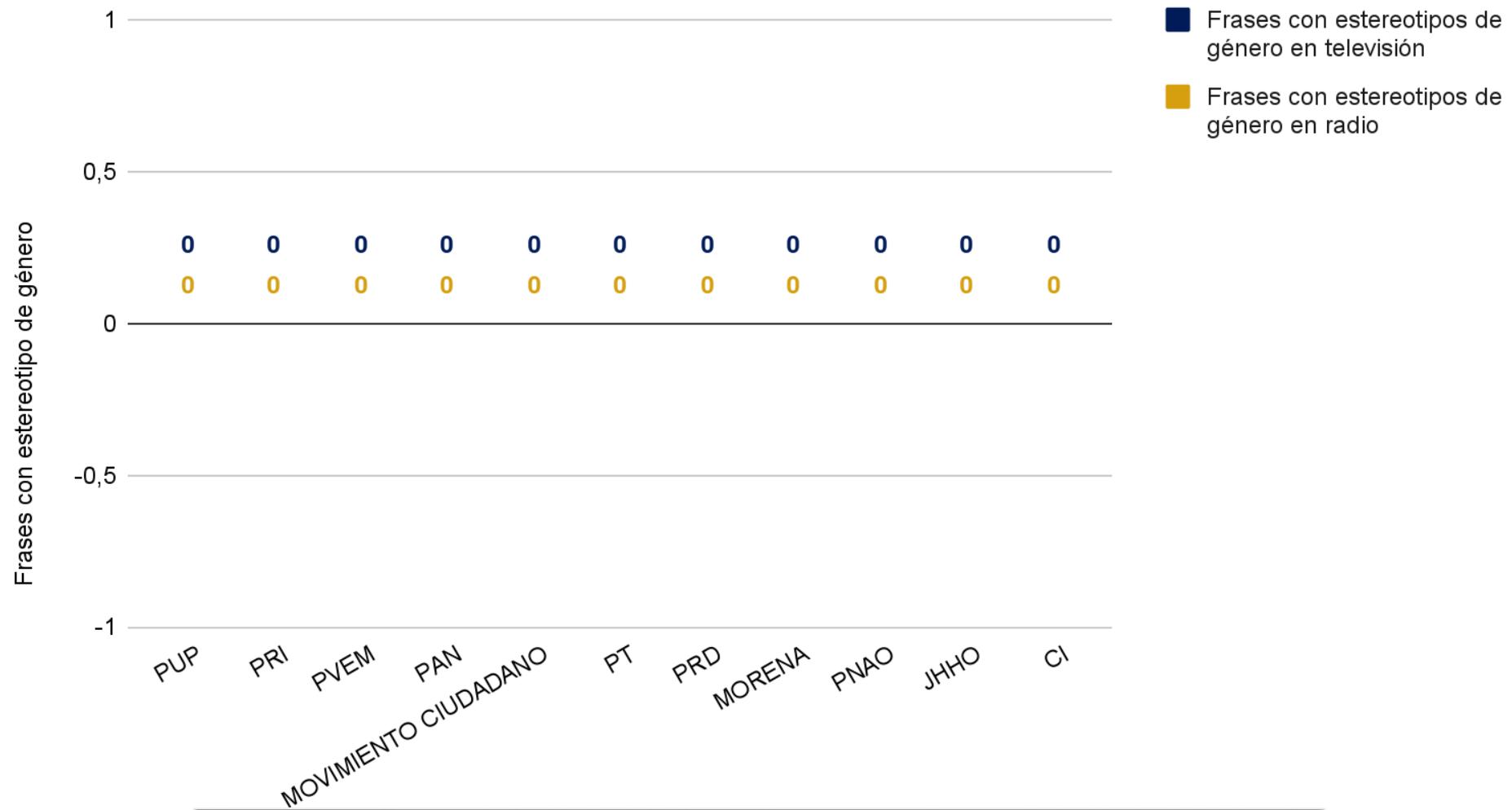
Gráfica 56. Repeticiones de los grupos en situación de vulnerabilidad enunciadas en frases sin uso de lenguaje incluyente y no sexista



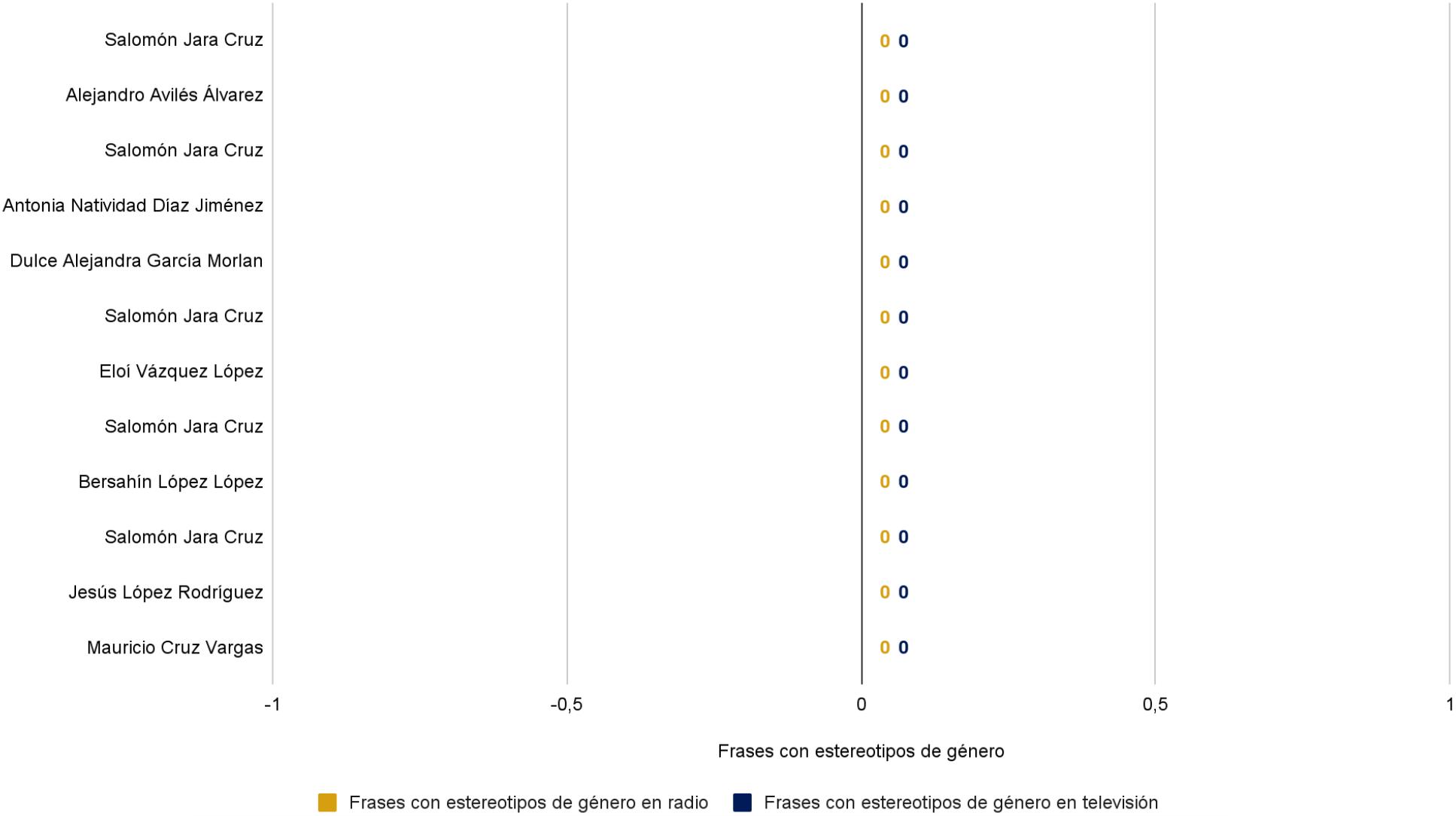
Gráfica 57. Piezas informativas valoradas y piezas informativas que presentaron estereotipos de género en radio y en televisión



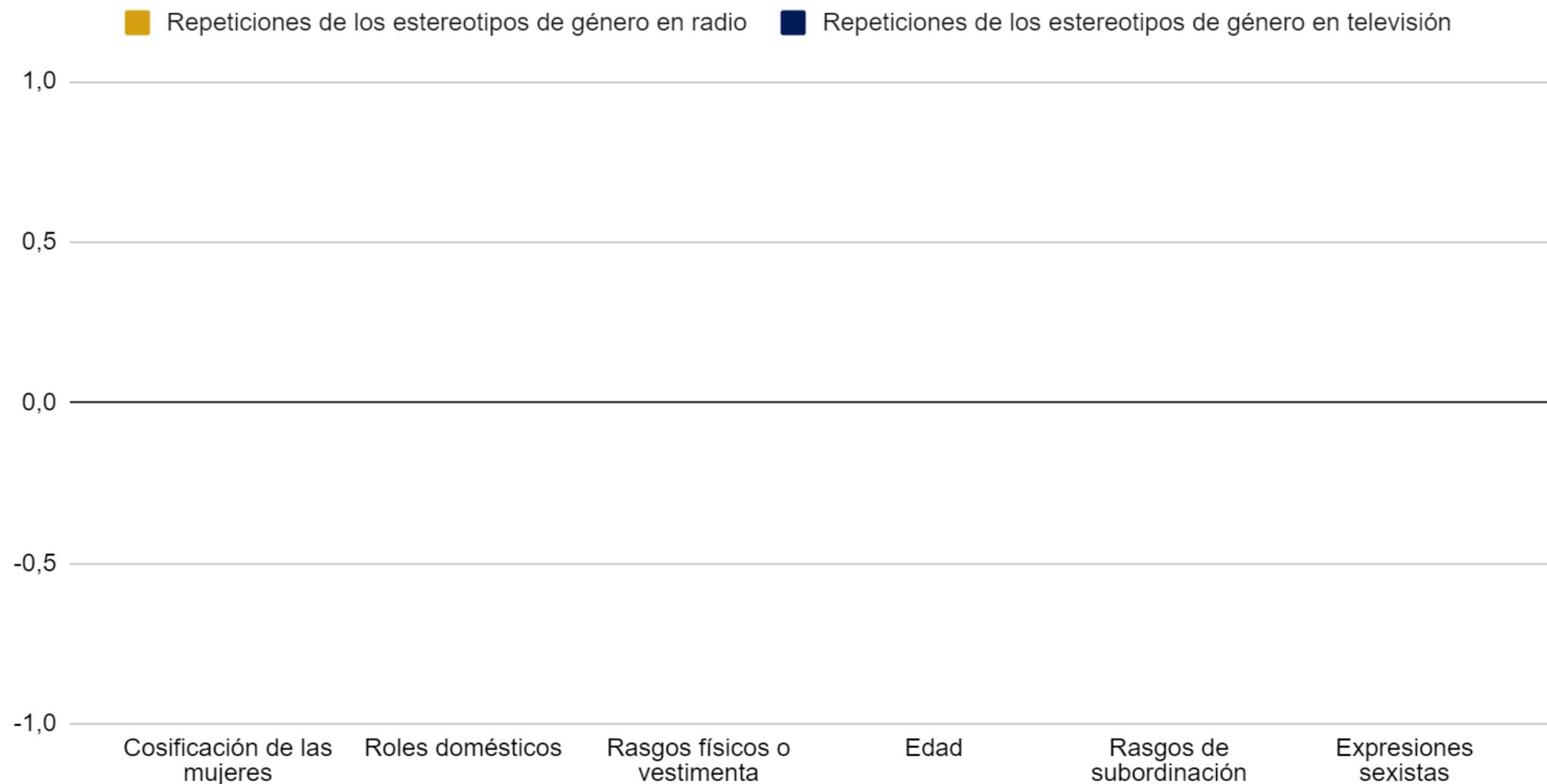
Gráfica 58. Frases con estereotipos de género, por partido, coalición o CI, en radio y televisión



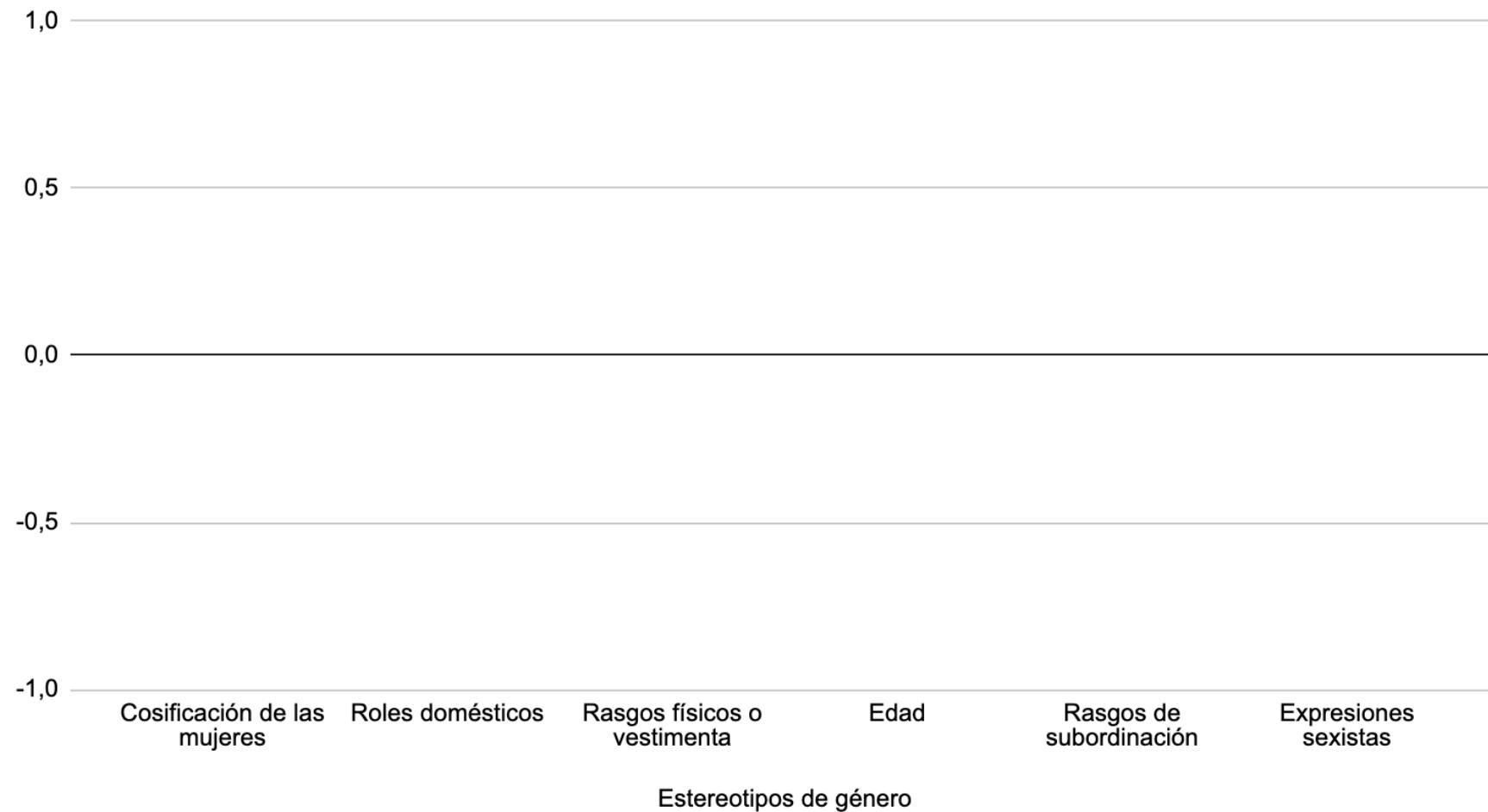
Gráfica 59. Frases con estereotipos de género desagregadas por persona en radio y en televisión



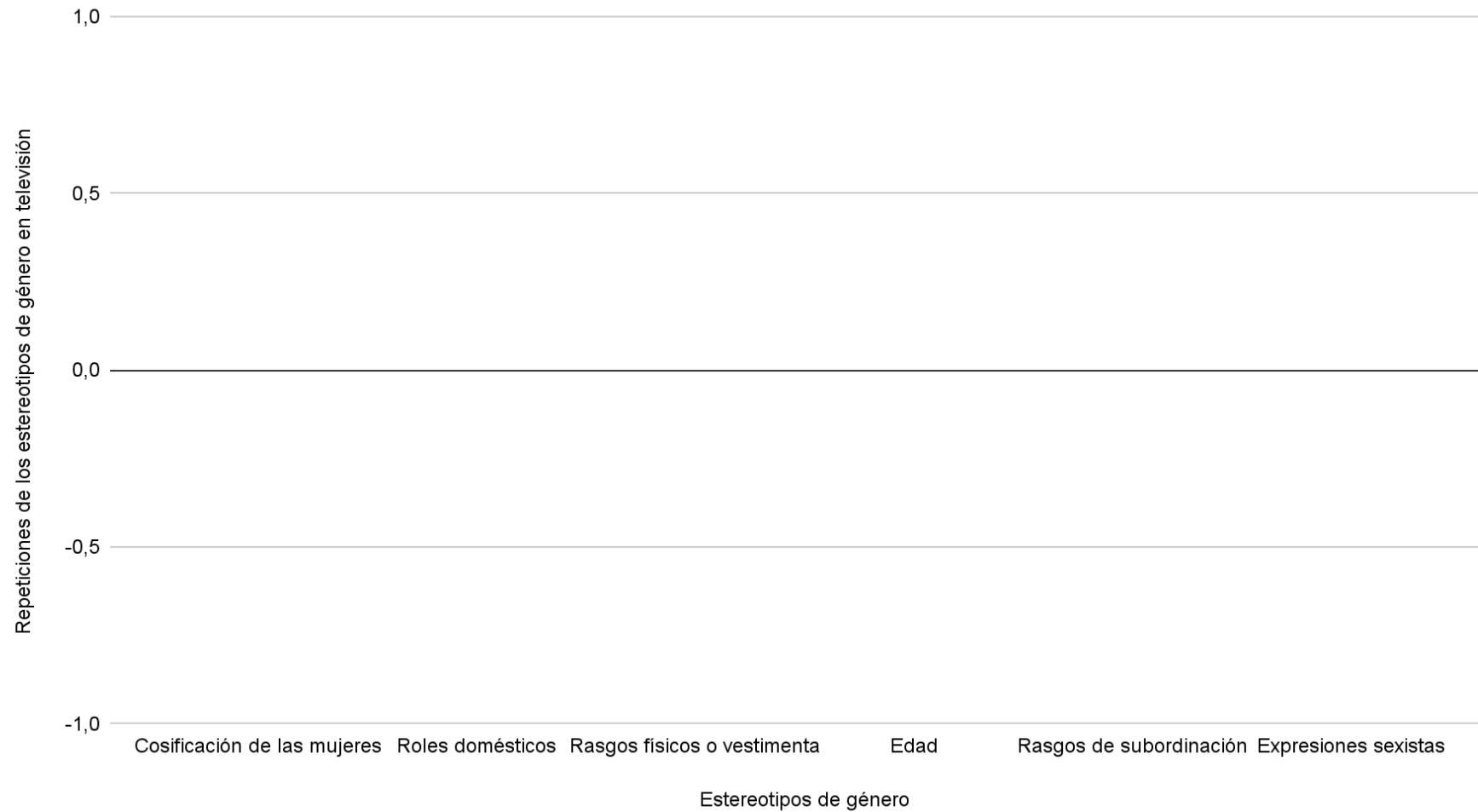
Gráfica 60. Repeticiones de los estereotipos de género en radio y televisión



Gráfica 61. Repeticiones de los estereotipos de género en radio



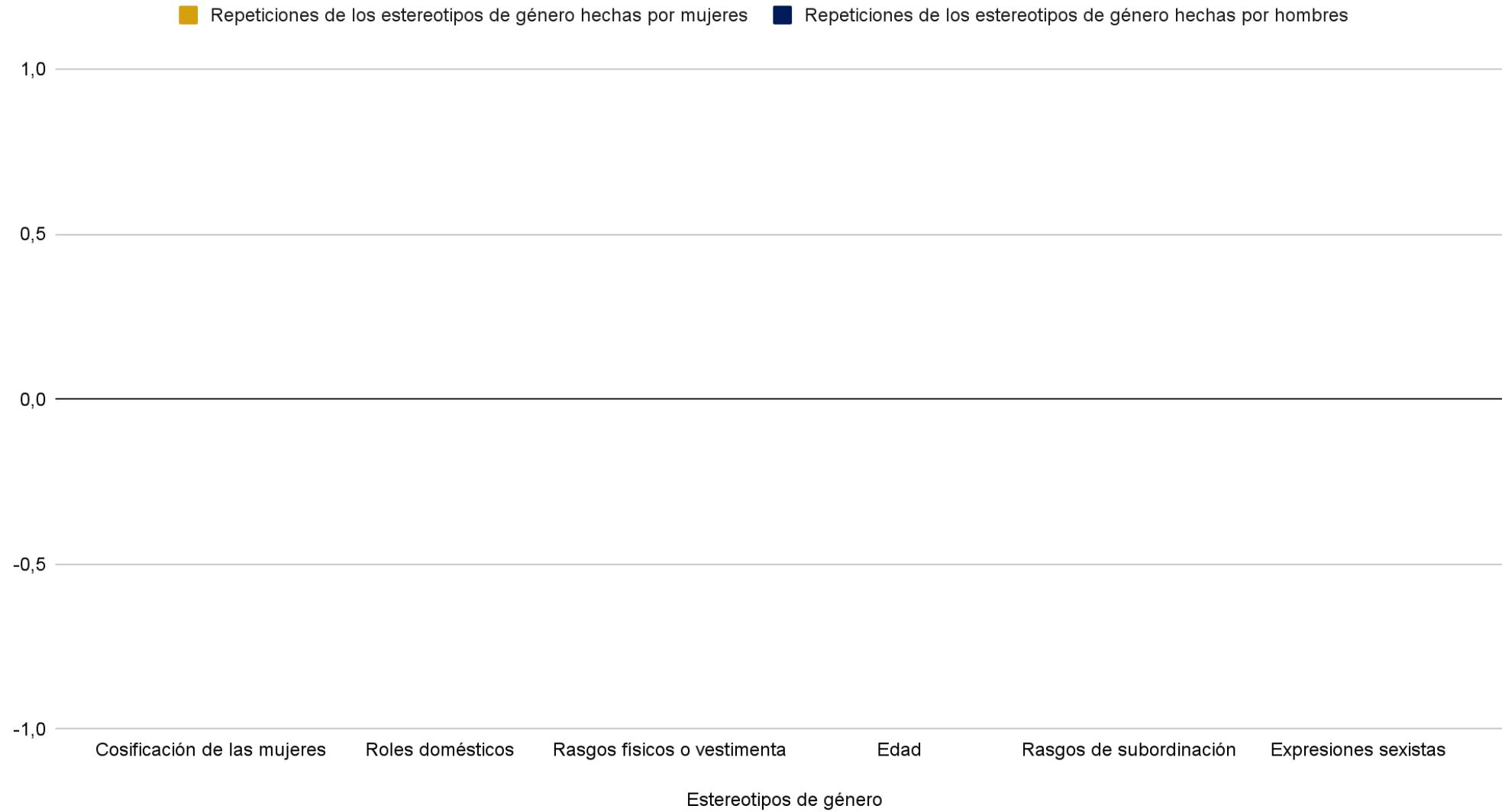
Gráfica 62. Repeticiones de los estereotipos de género en televisión



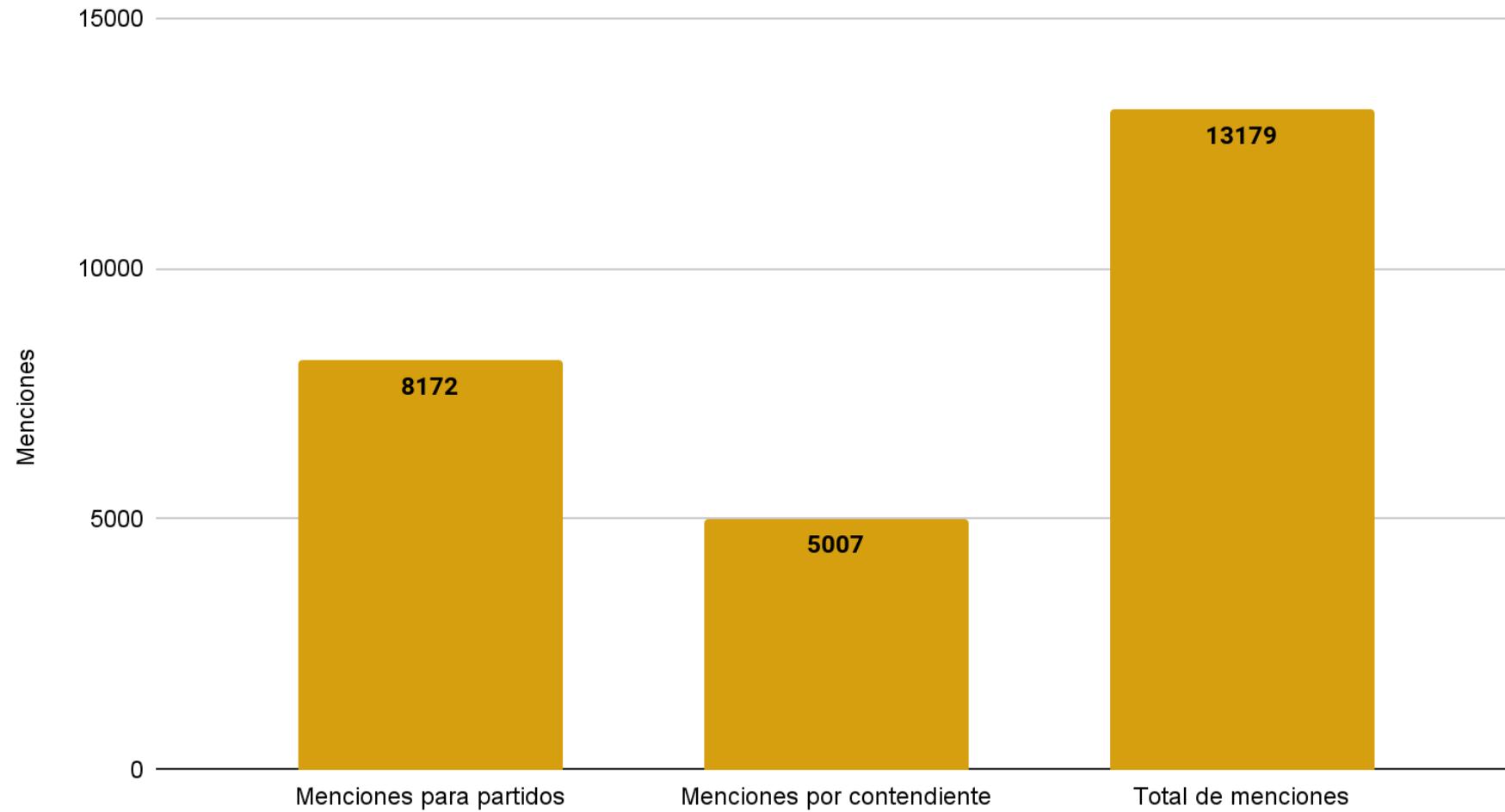
Gráfica 63. Repeticiones de los estereotipos de género hechas por mujeres y hombres en radio



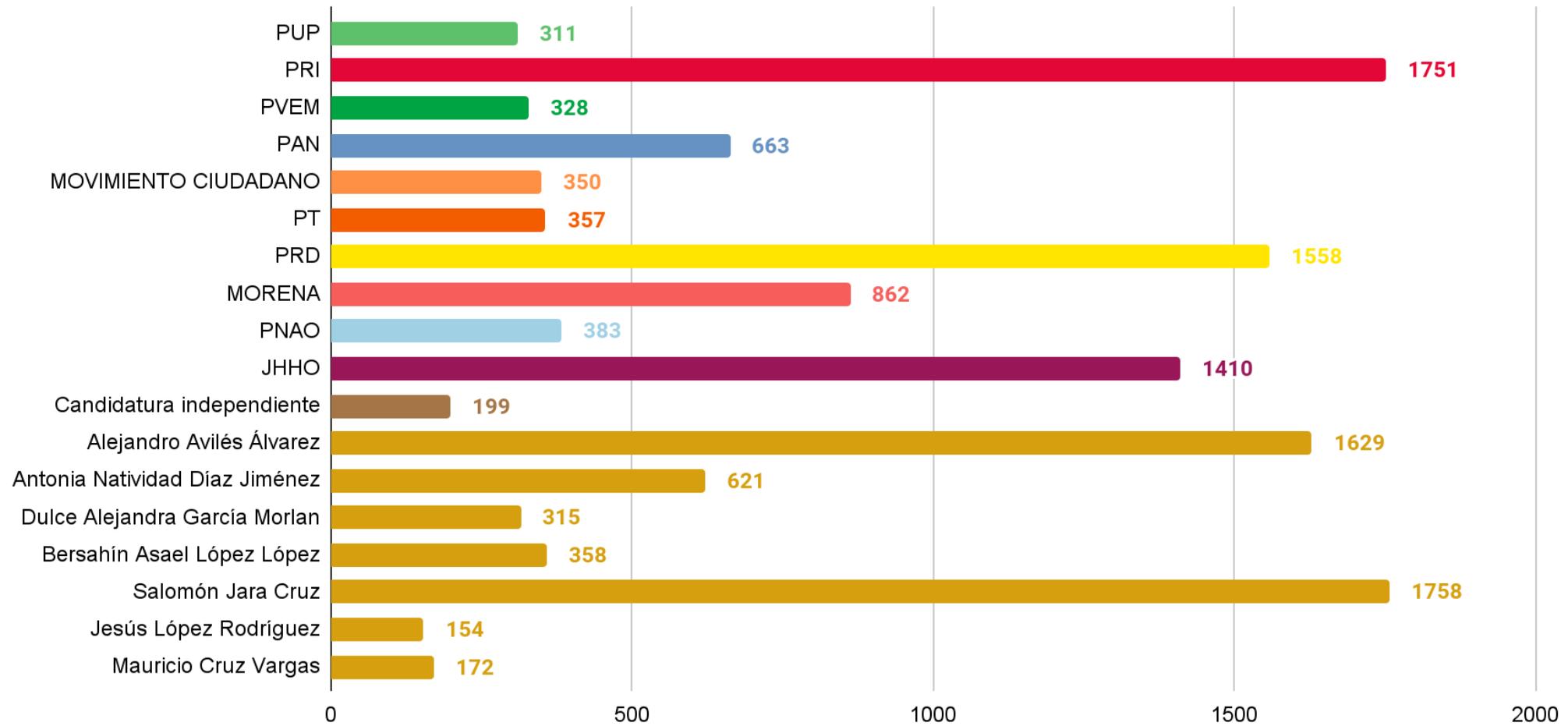
Gráfica 64. Repeticiones de los estereotipos de género hechas por mujeres y hombres en televisión



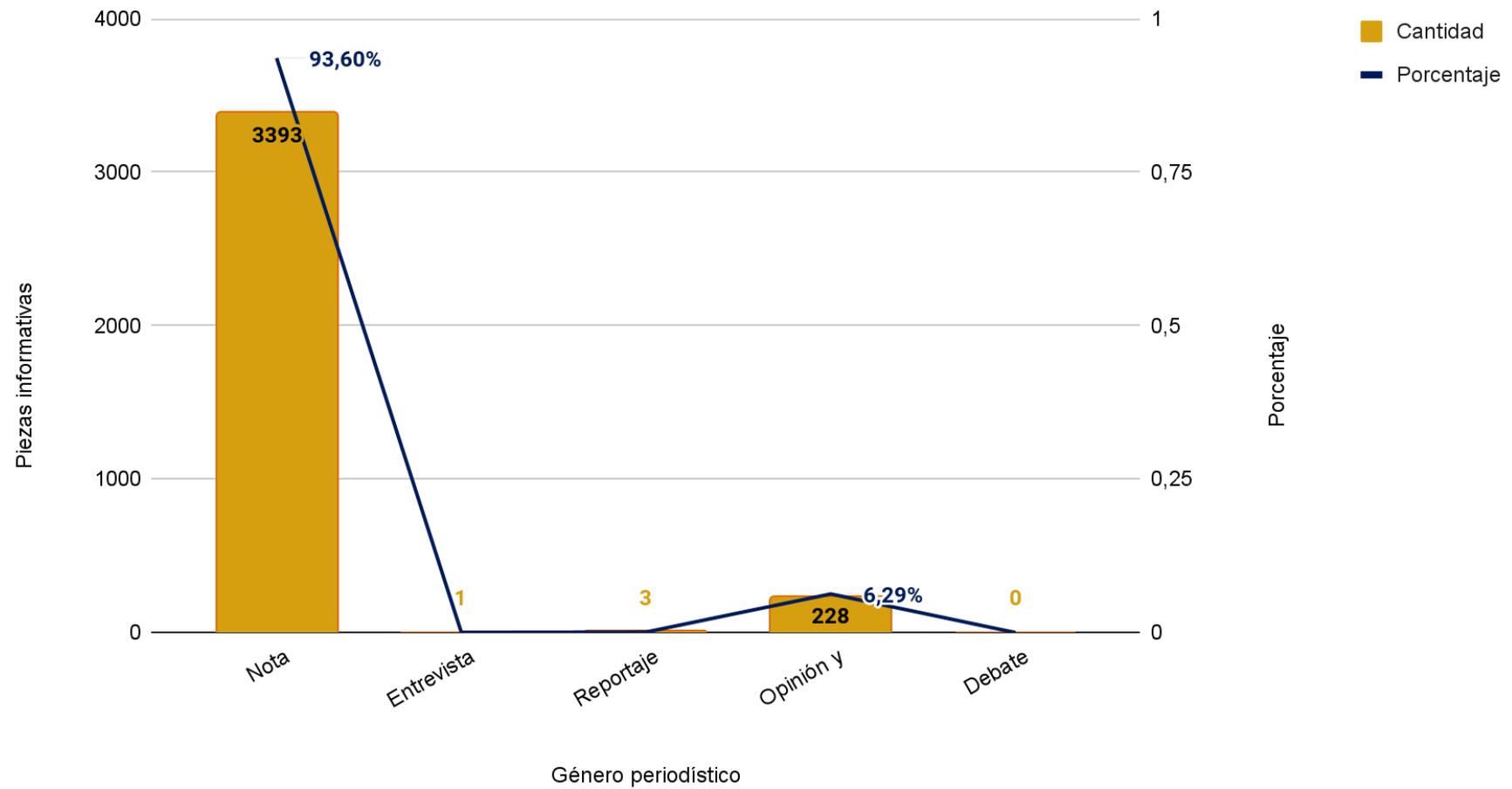
Gráfica 65. Menciones en portales digitales



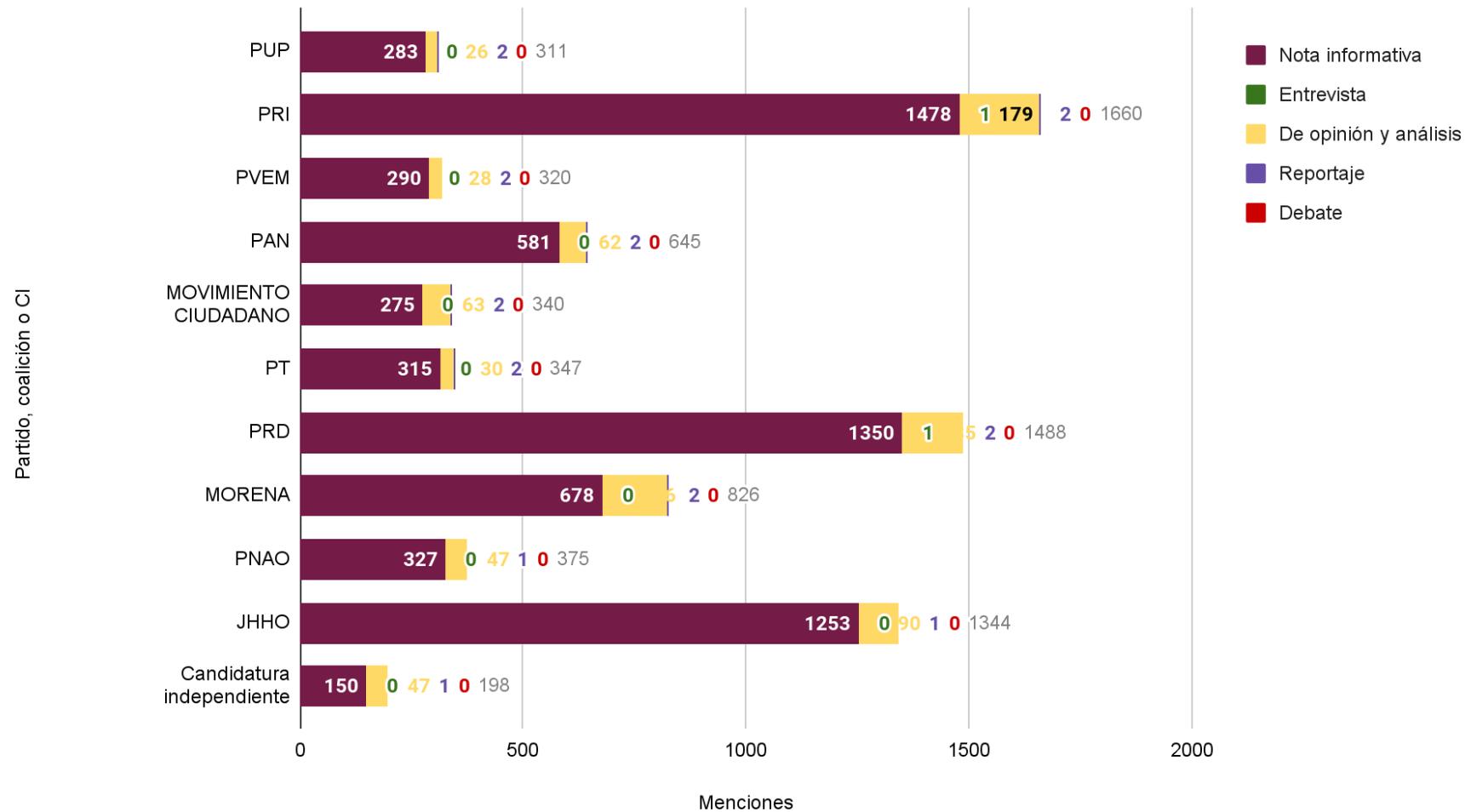
Gráfica 66. Menciones en portales por partido político, coalición, candidatura independiente o contendiente



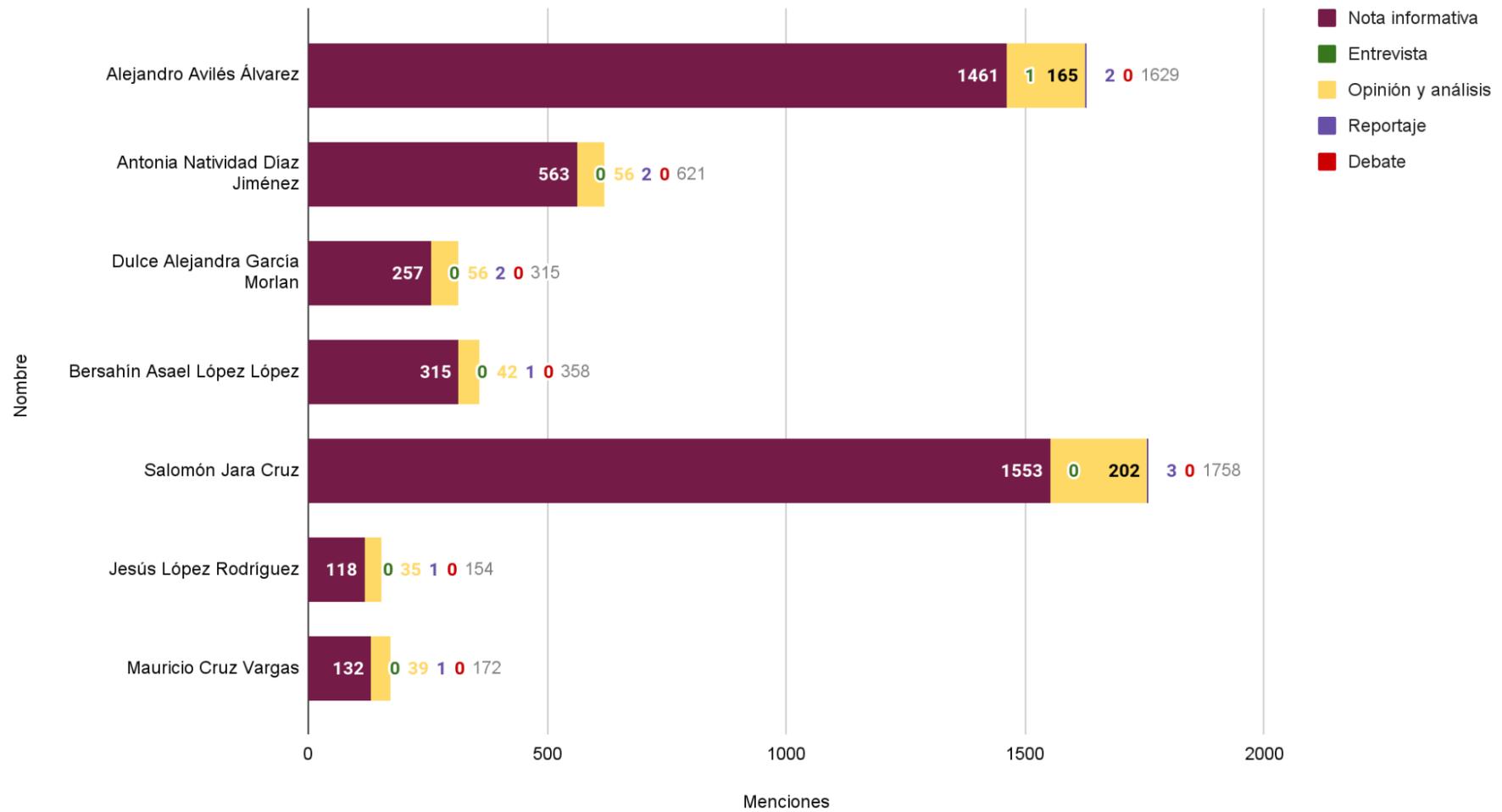
Gráfica 67. Géneros periodísticos en portales digitales



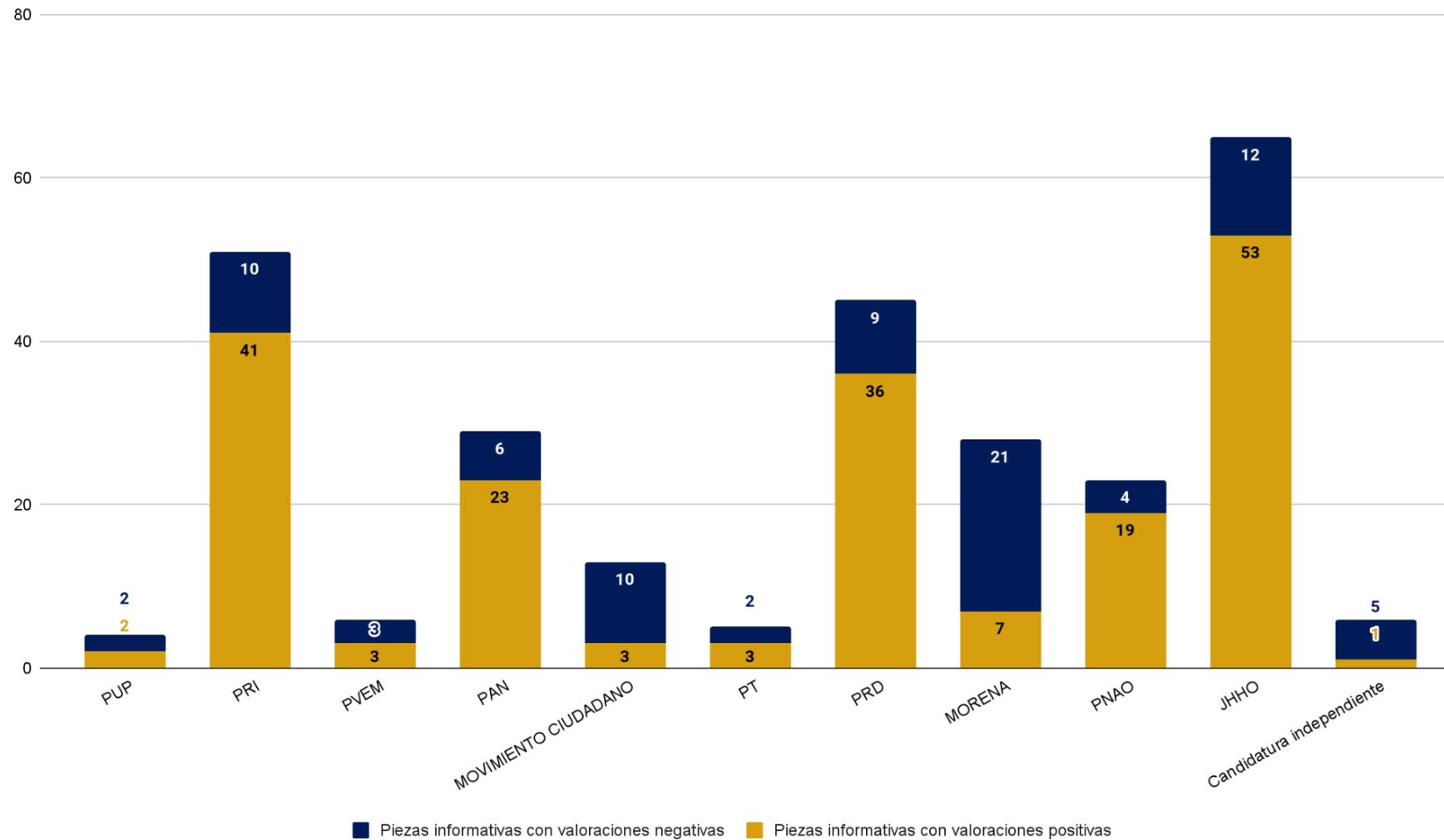
Gráfica 68. Género periodístico por partido político, coalición o candidatura independiente



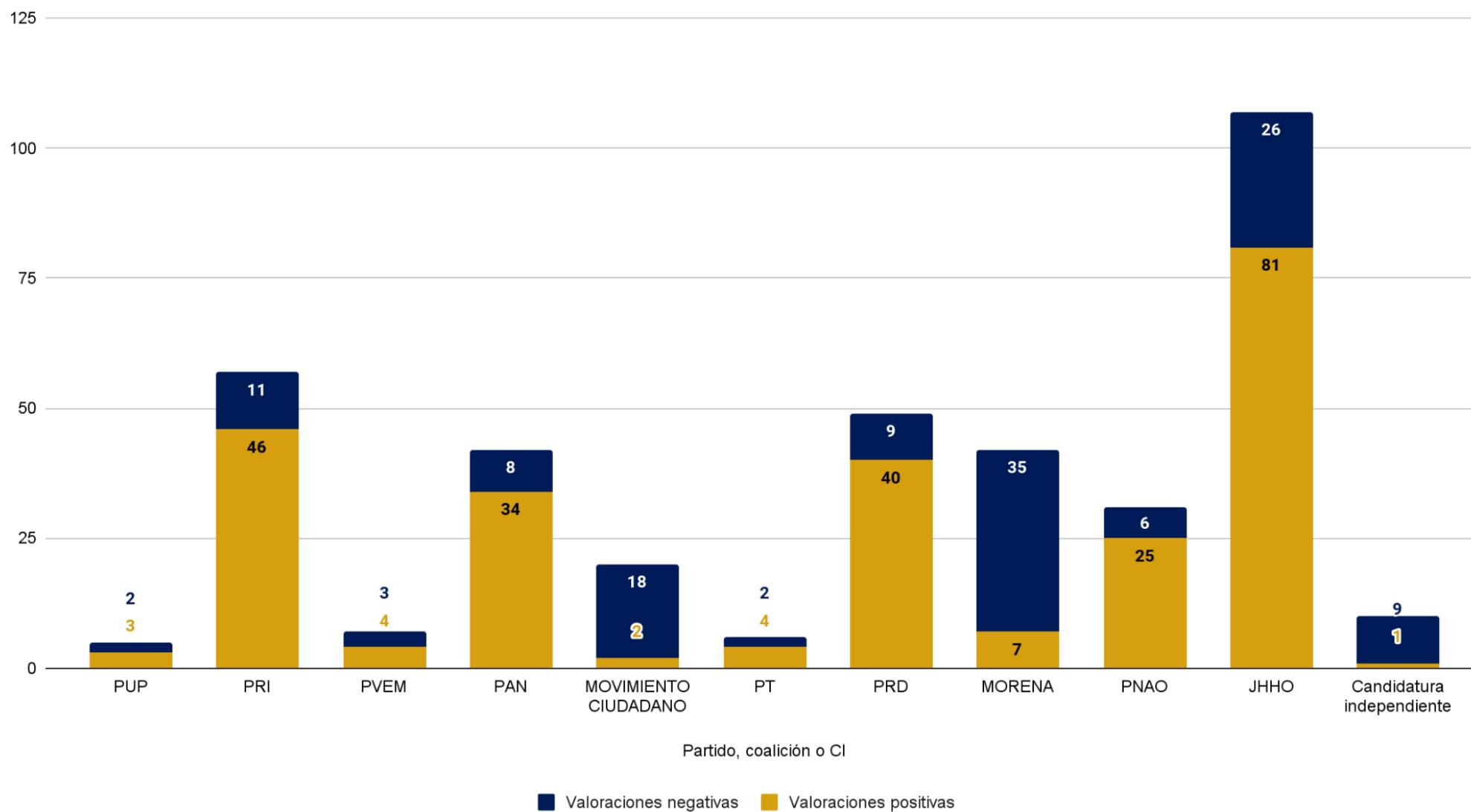
Gráfica 69. Género periodístico por persona



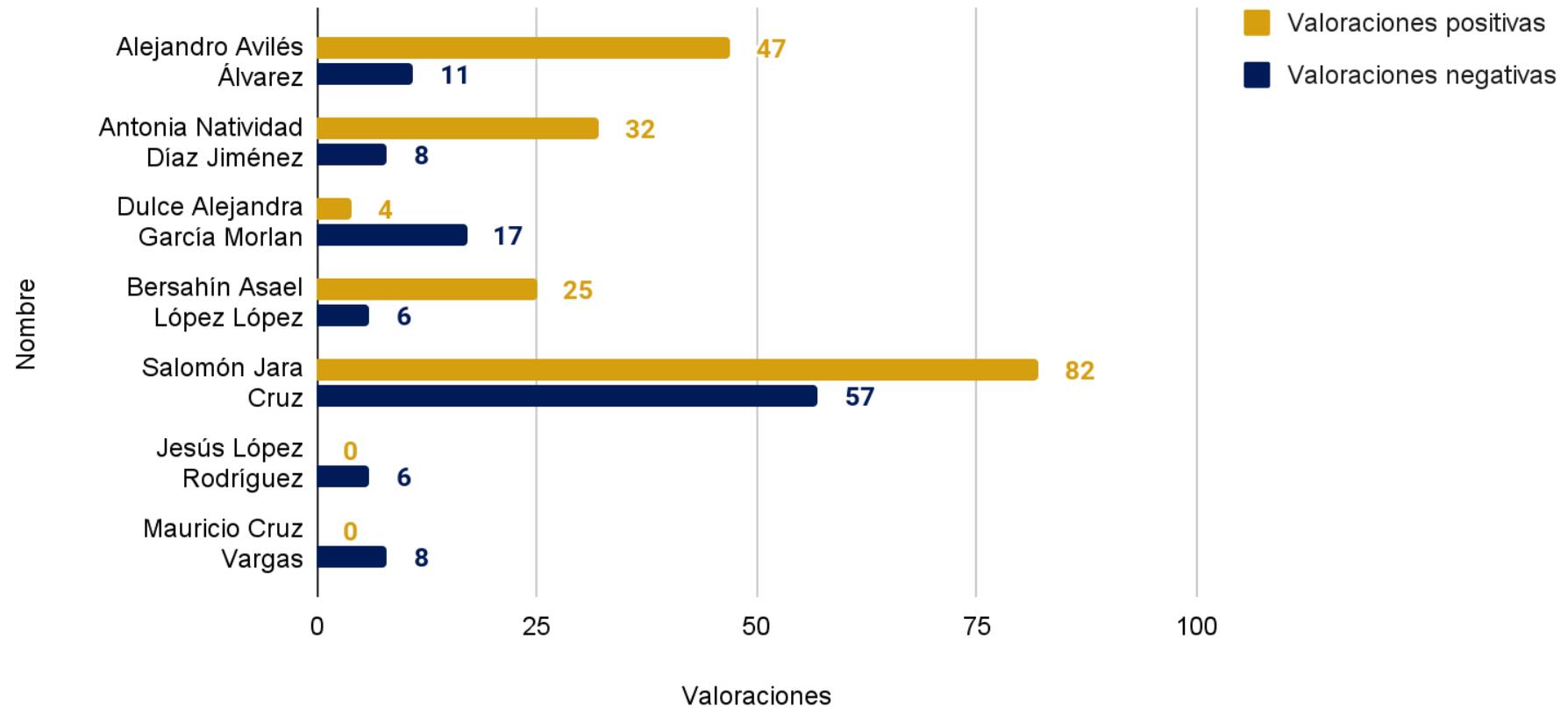
Gráfica 70. Piezas informativas con valoraciones positivas y negativas por partido político, coalición o candidatura independiente en portales digitales



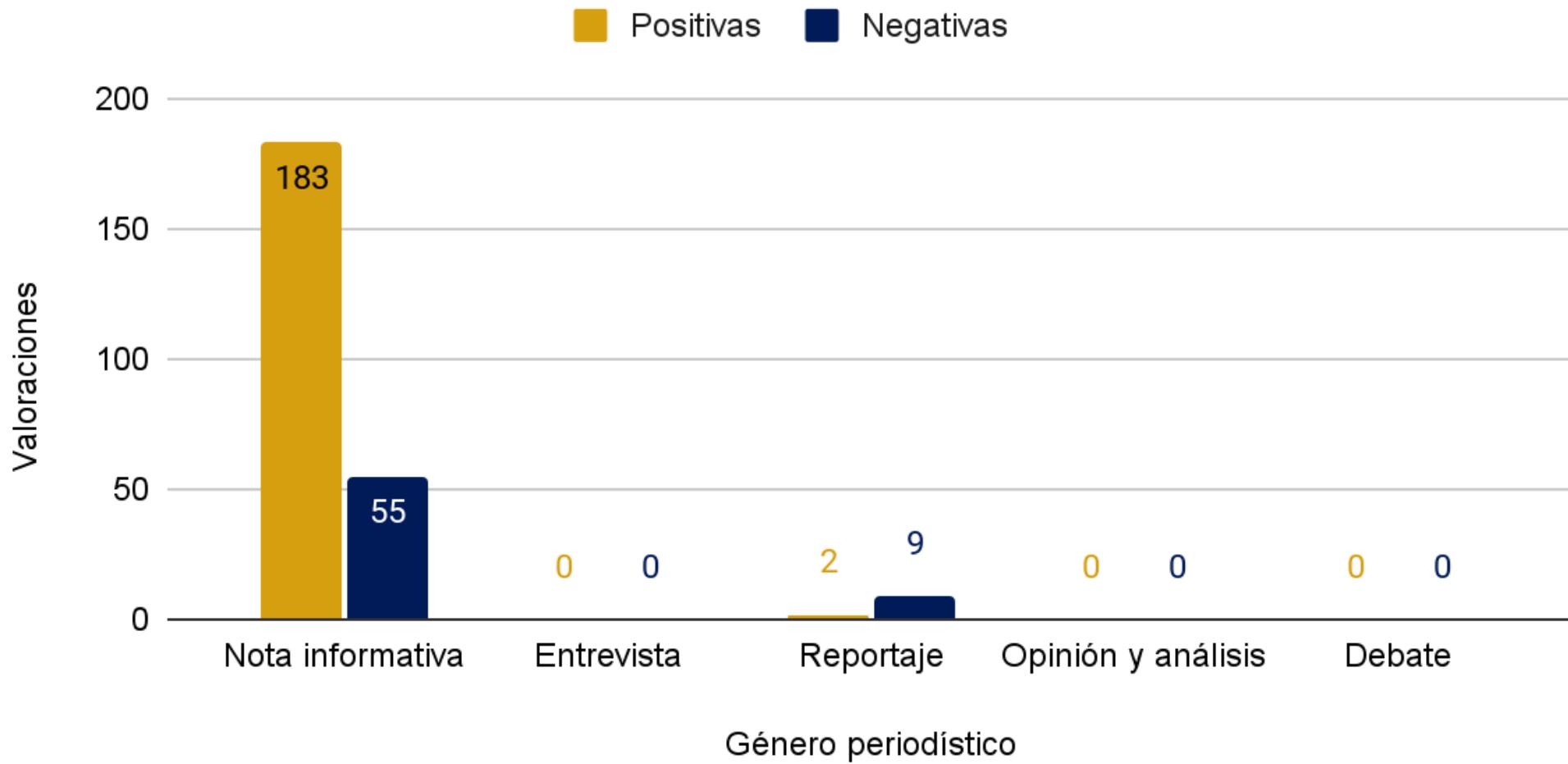
Gráfica 71. Valoraciones positivas y negativas por partido político, coalición y candidatura independiente



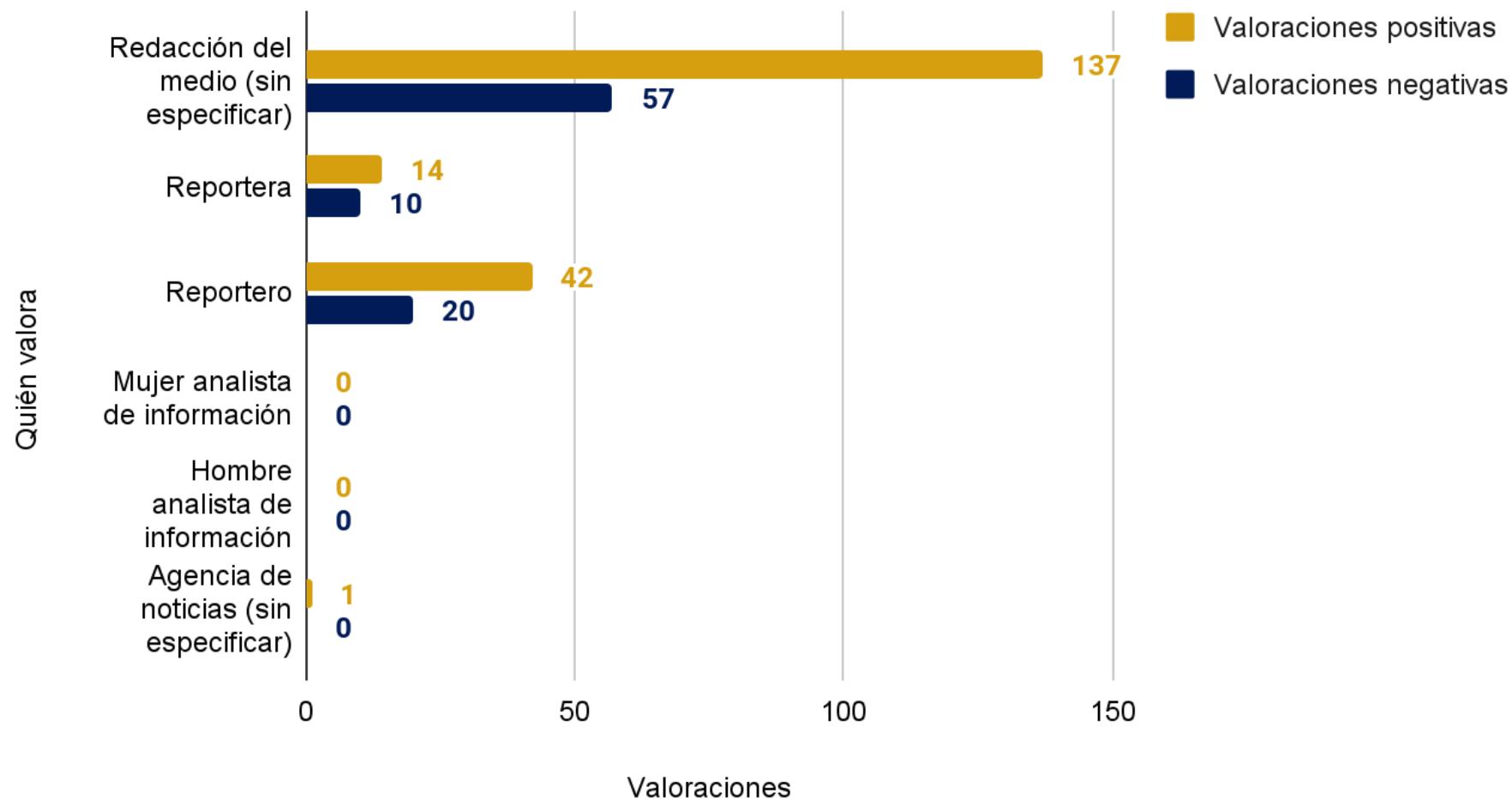
Gráfica 72. Valoración de la información por contendiente



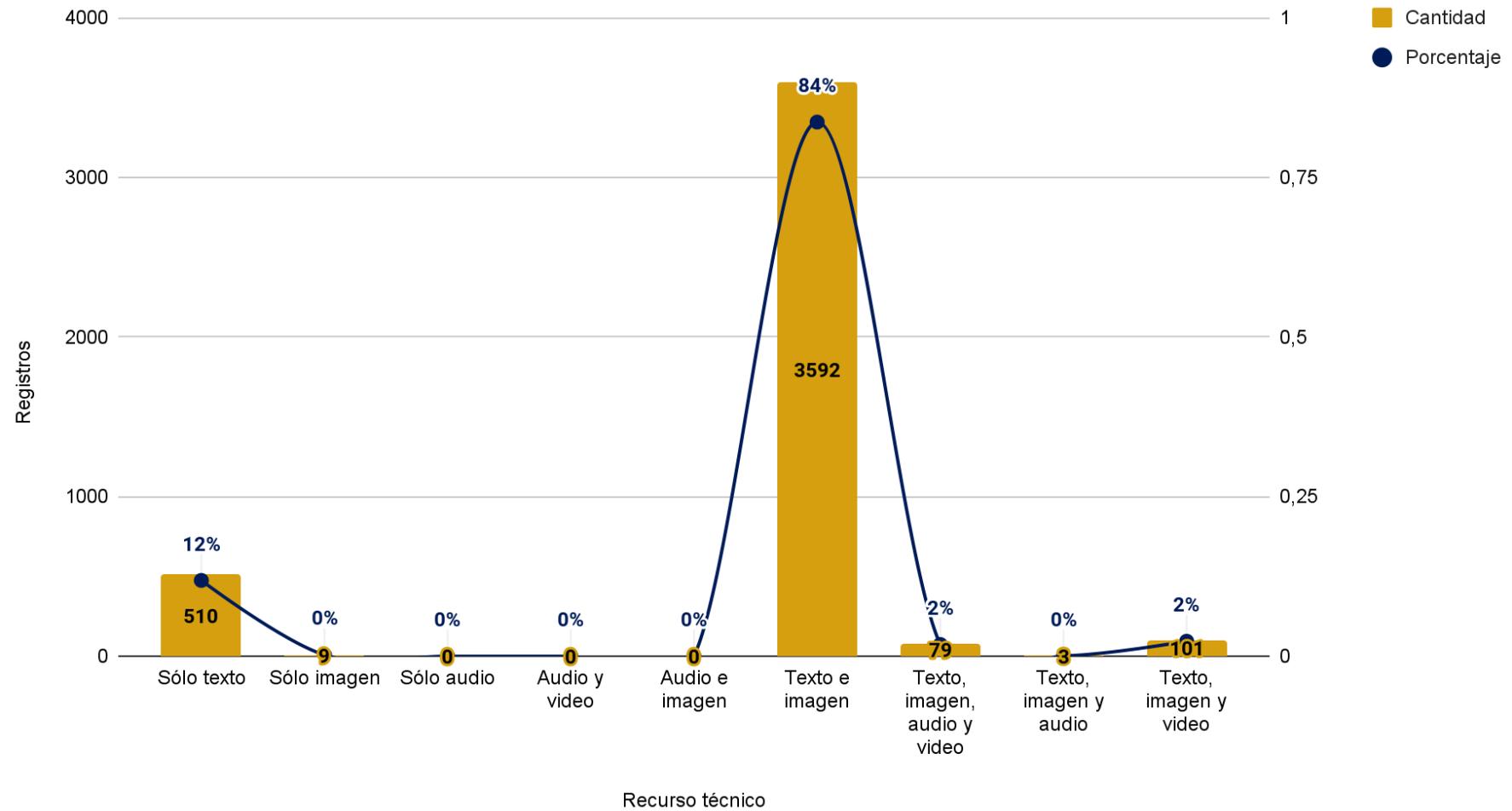
Gráfica 73. Valoraciones positivas y negativas por género periodístico



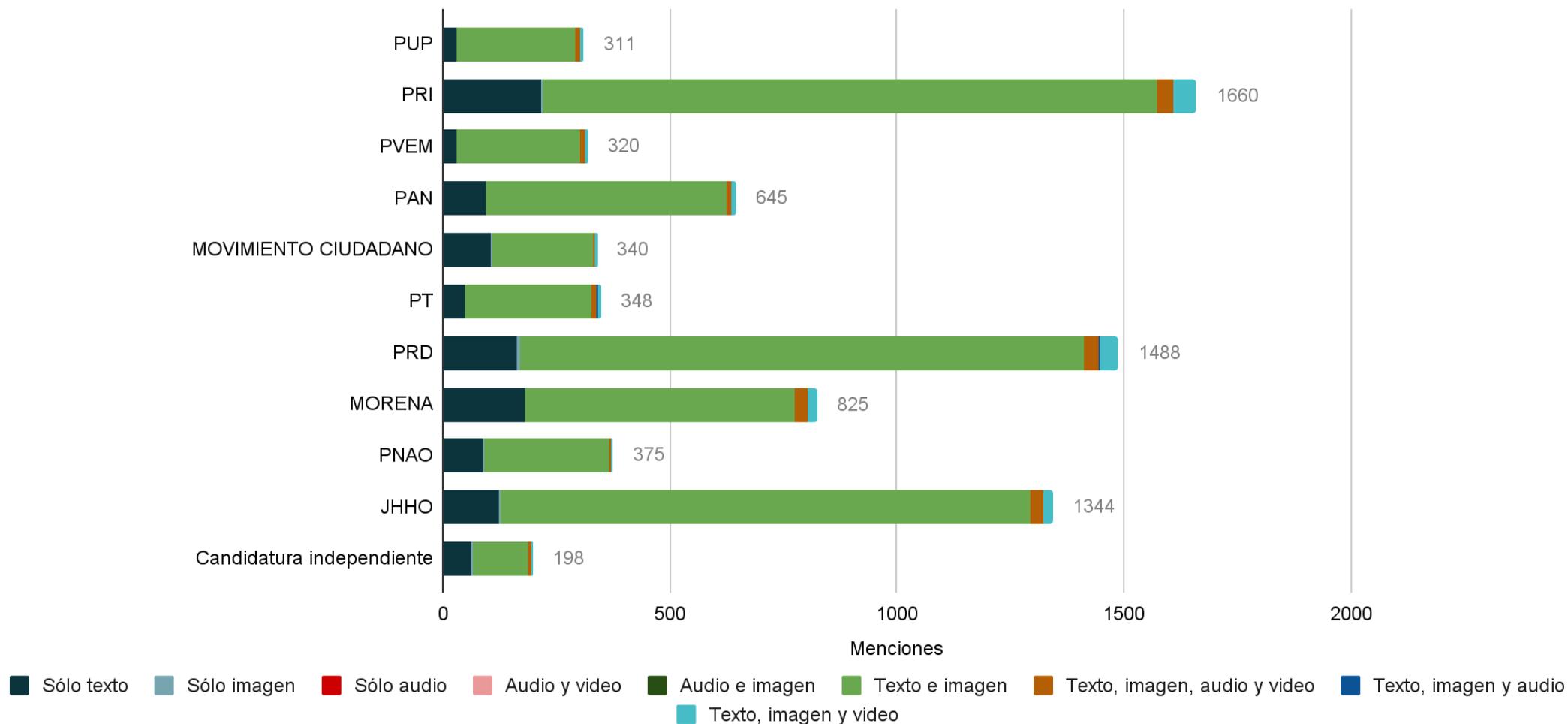
Gráfica 74. Valoración de la información por quién valora



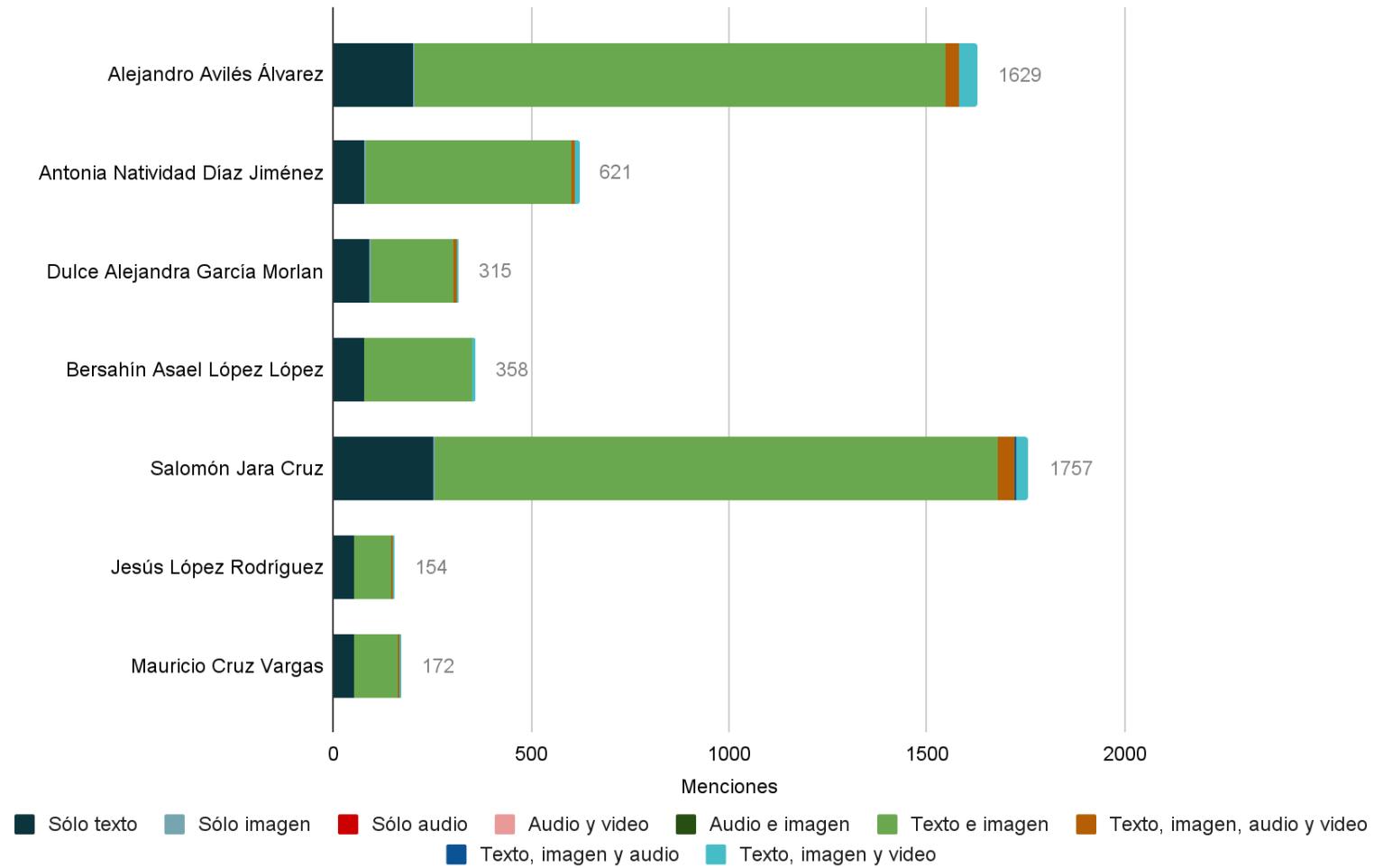
Gráfica 75. Recursos técnicos para presentar la información en portales digitales



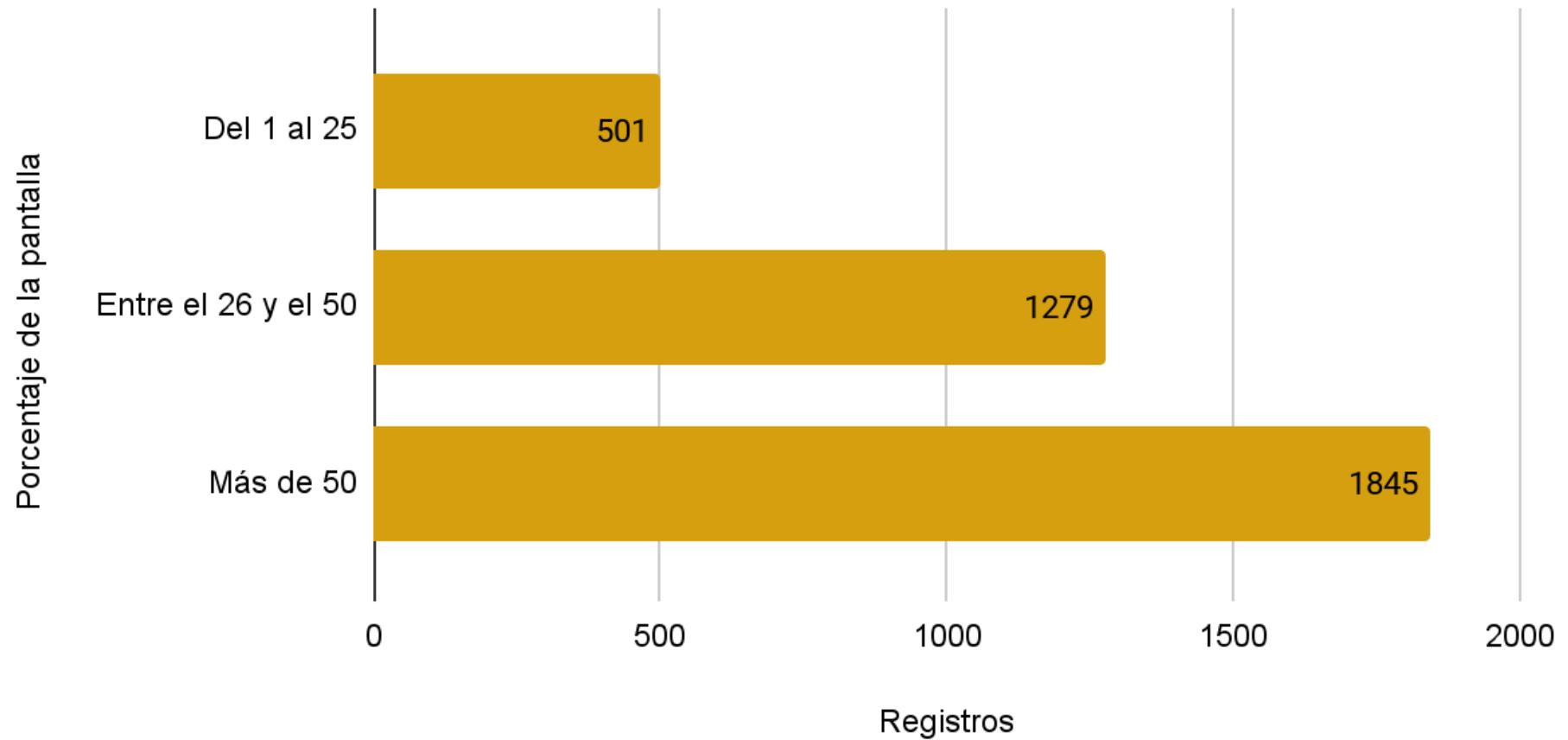
Gráfica 76. Recursos técnicos por partido político, coalición o candidatura independiente



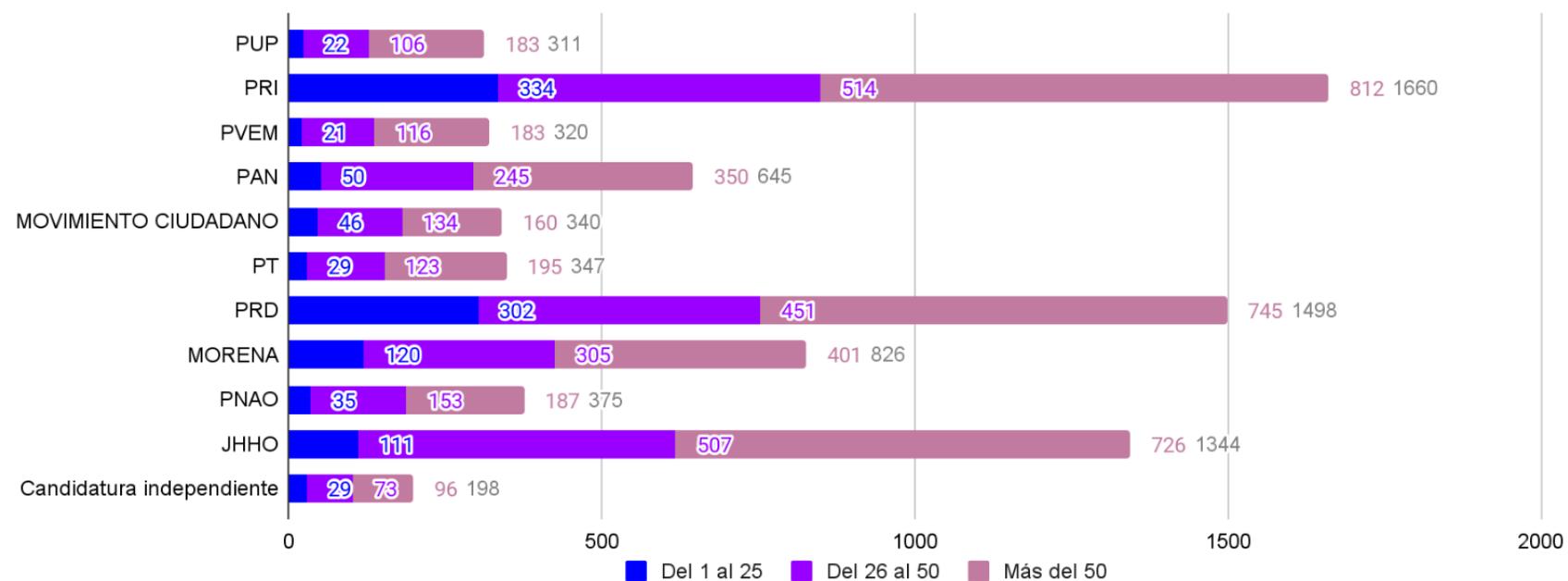
Gráfica 77. Recursos técnicos en portales digitales por contendientes



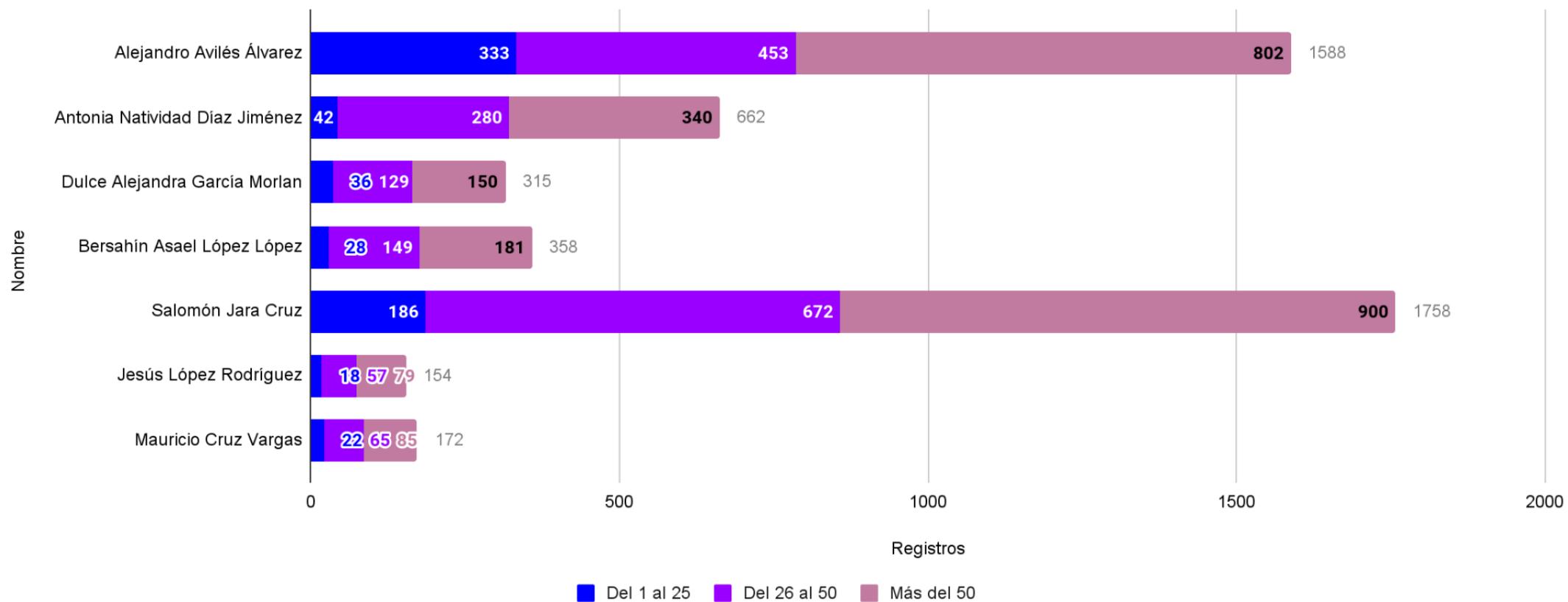
Gráfica 78. Porcentaje de la pantalla para presentar la información



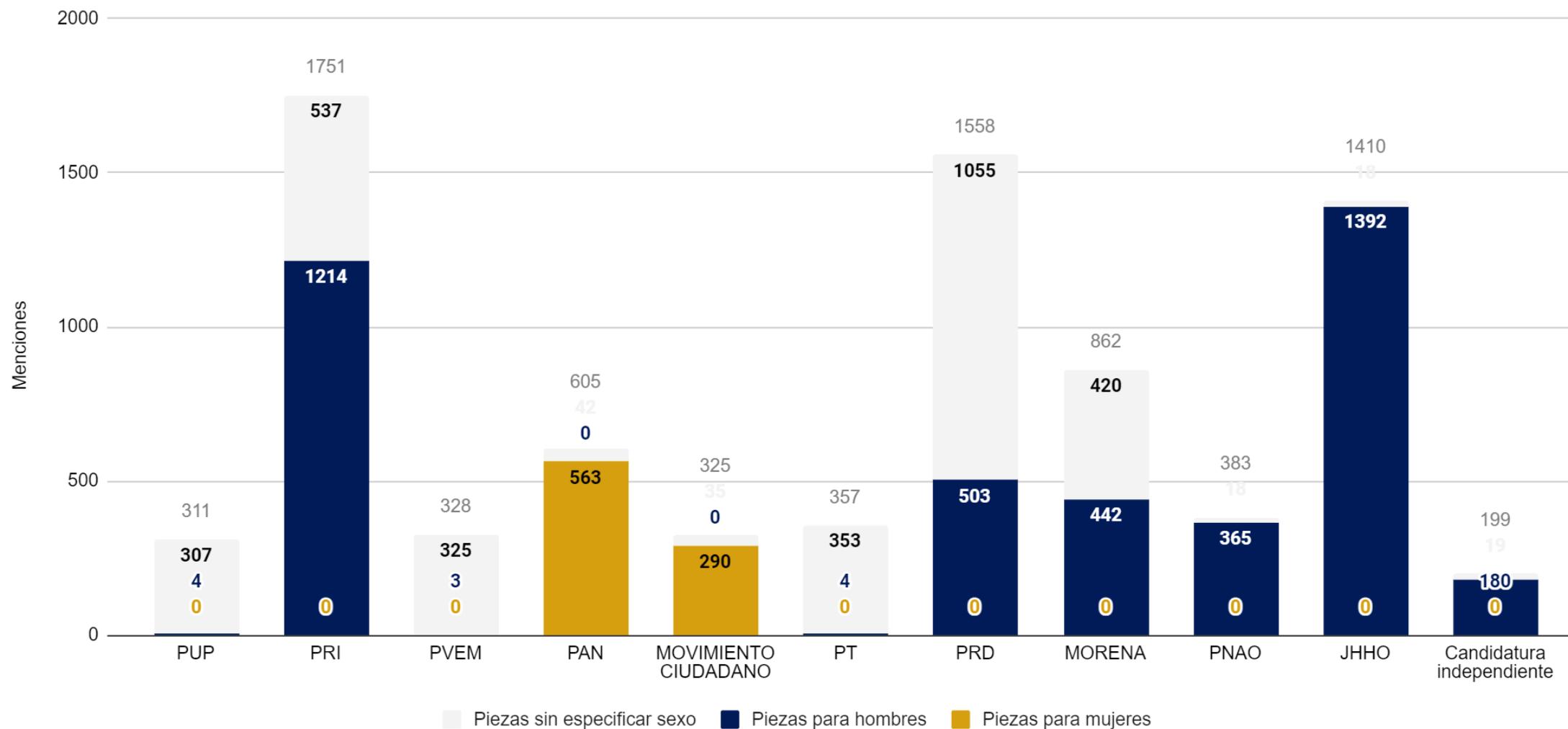
Gráfica 79. Porcentaje de la pantalla para presentar la información por partido político, coalición o candidatura independiente



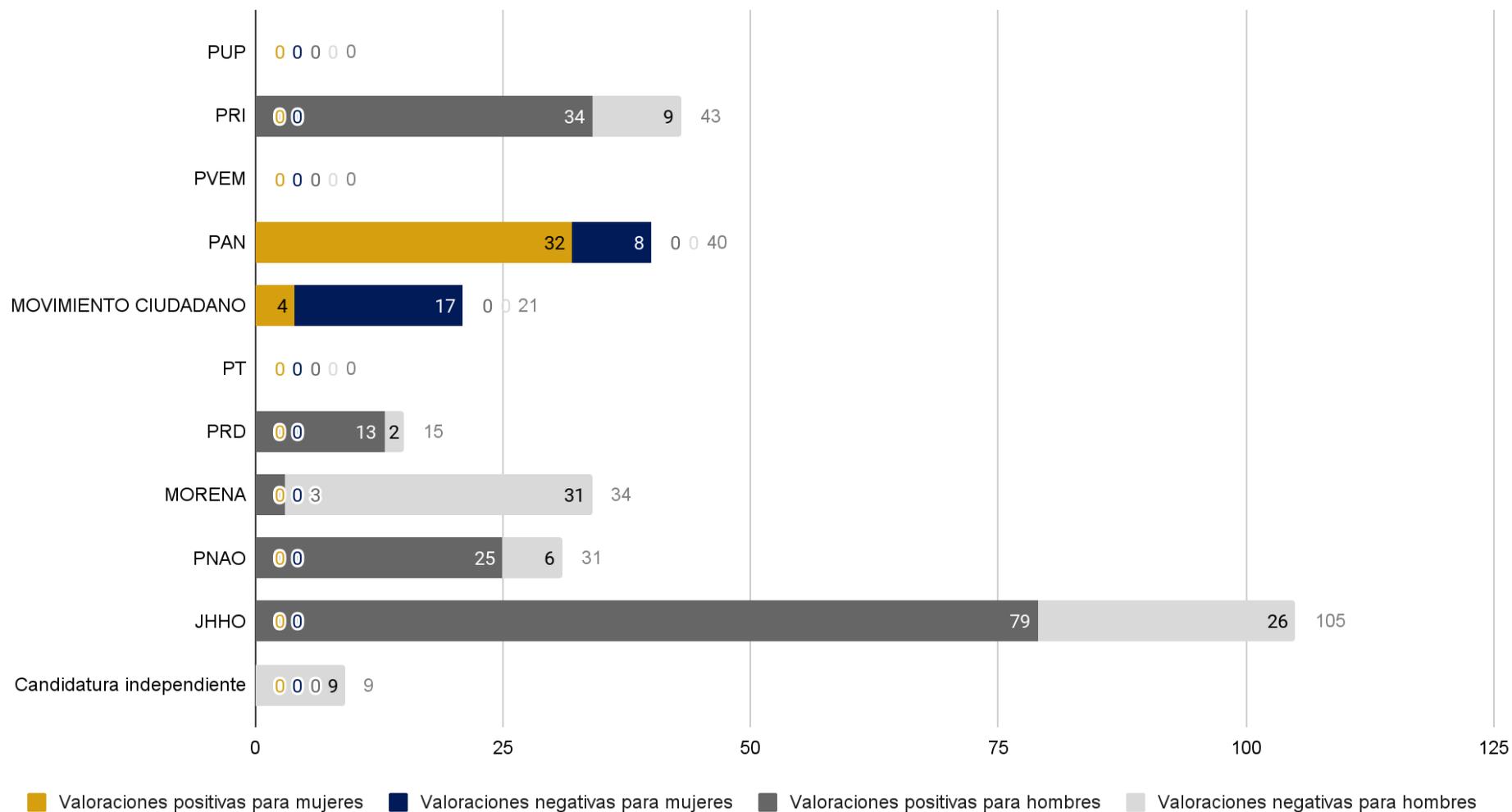
Gráfica 80. Porcentaje de la pantalla para presentar la información por contendiente



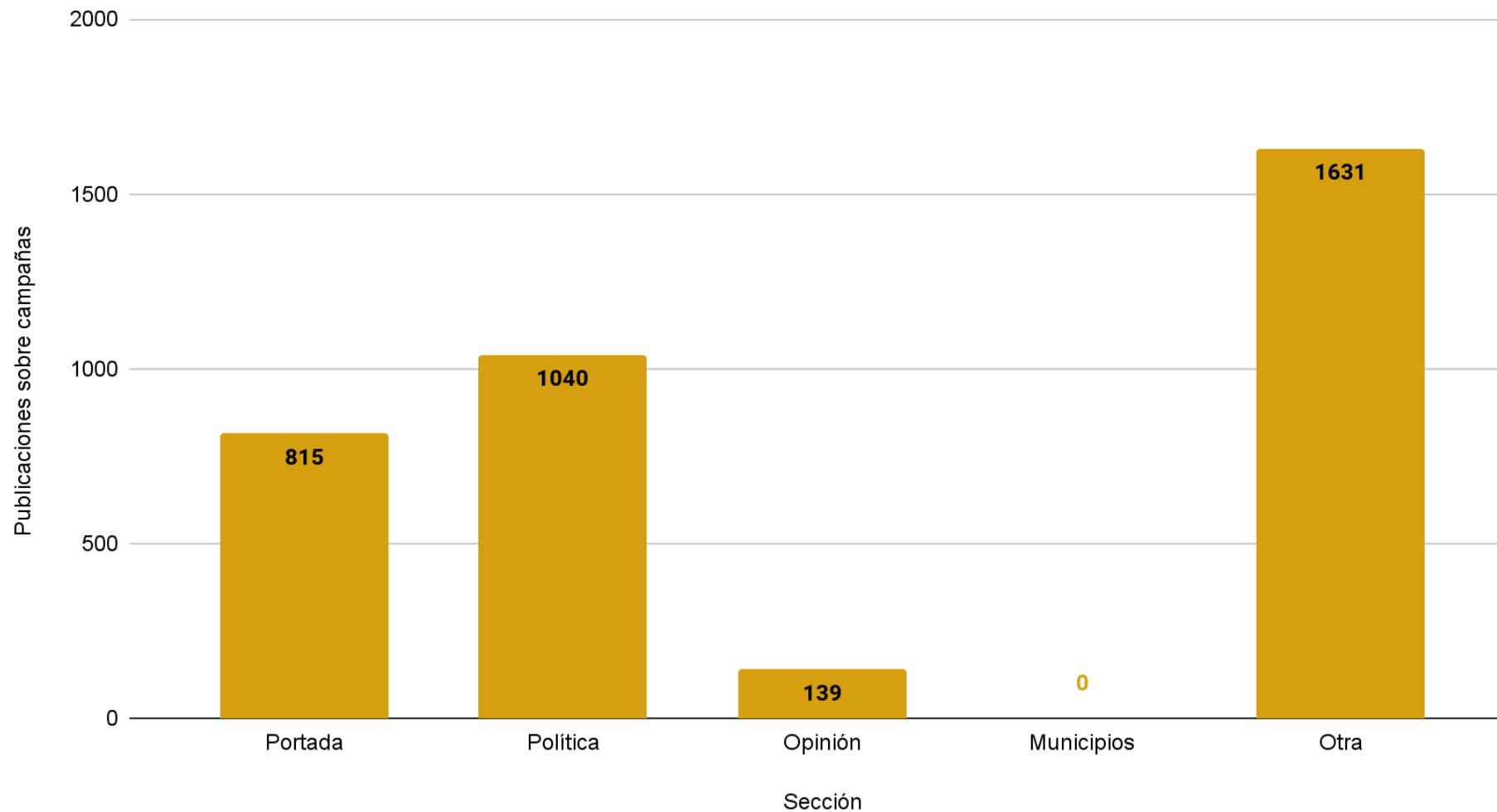
Gráfica 81. Menciones por mujer y hombre, por partido político, coalición o candidatura independiente



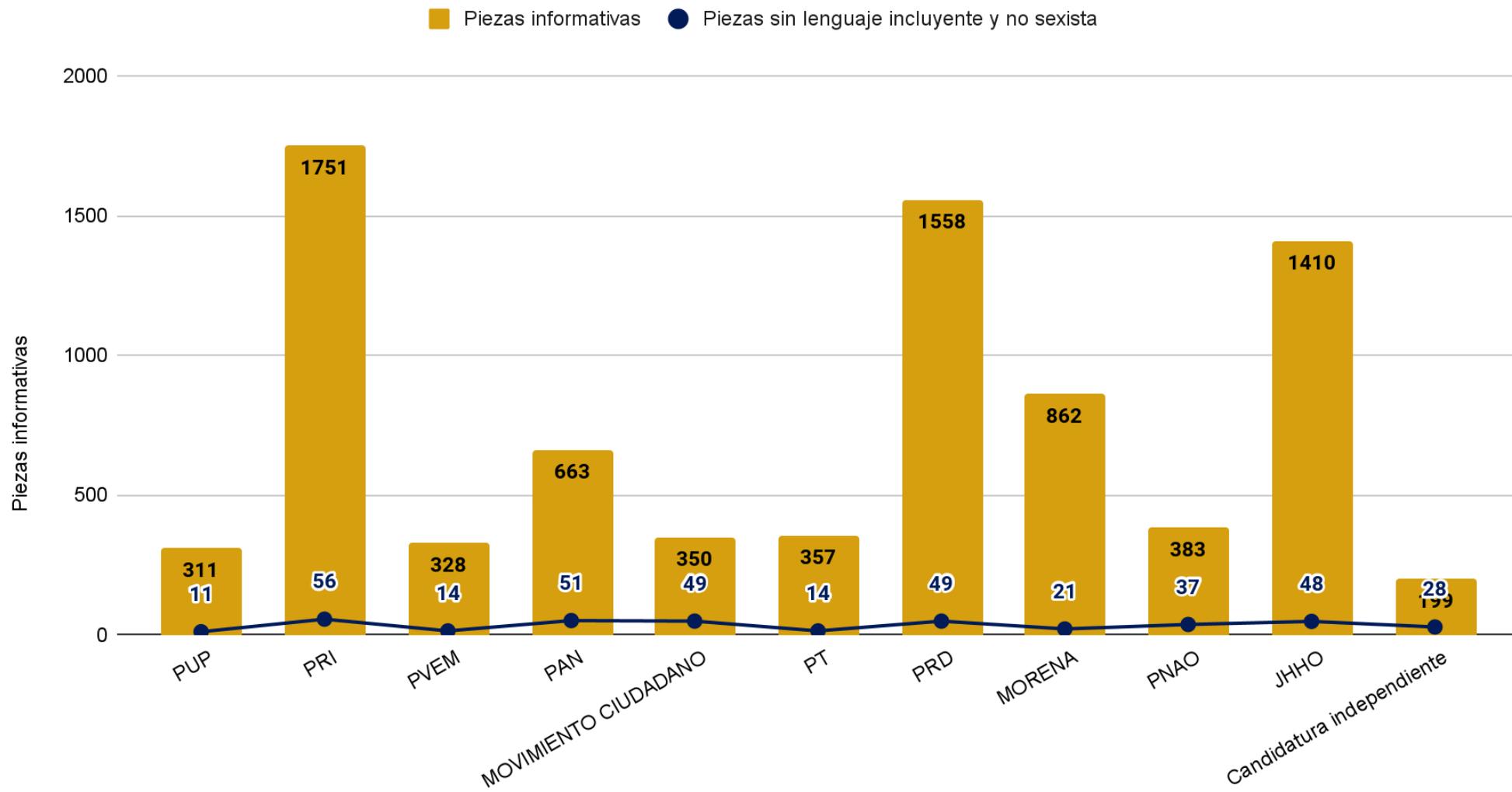
Gráfica 82. Valoraciones positivas y negativas para mujeres y para hombres en portales digitales



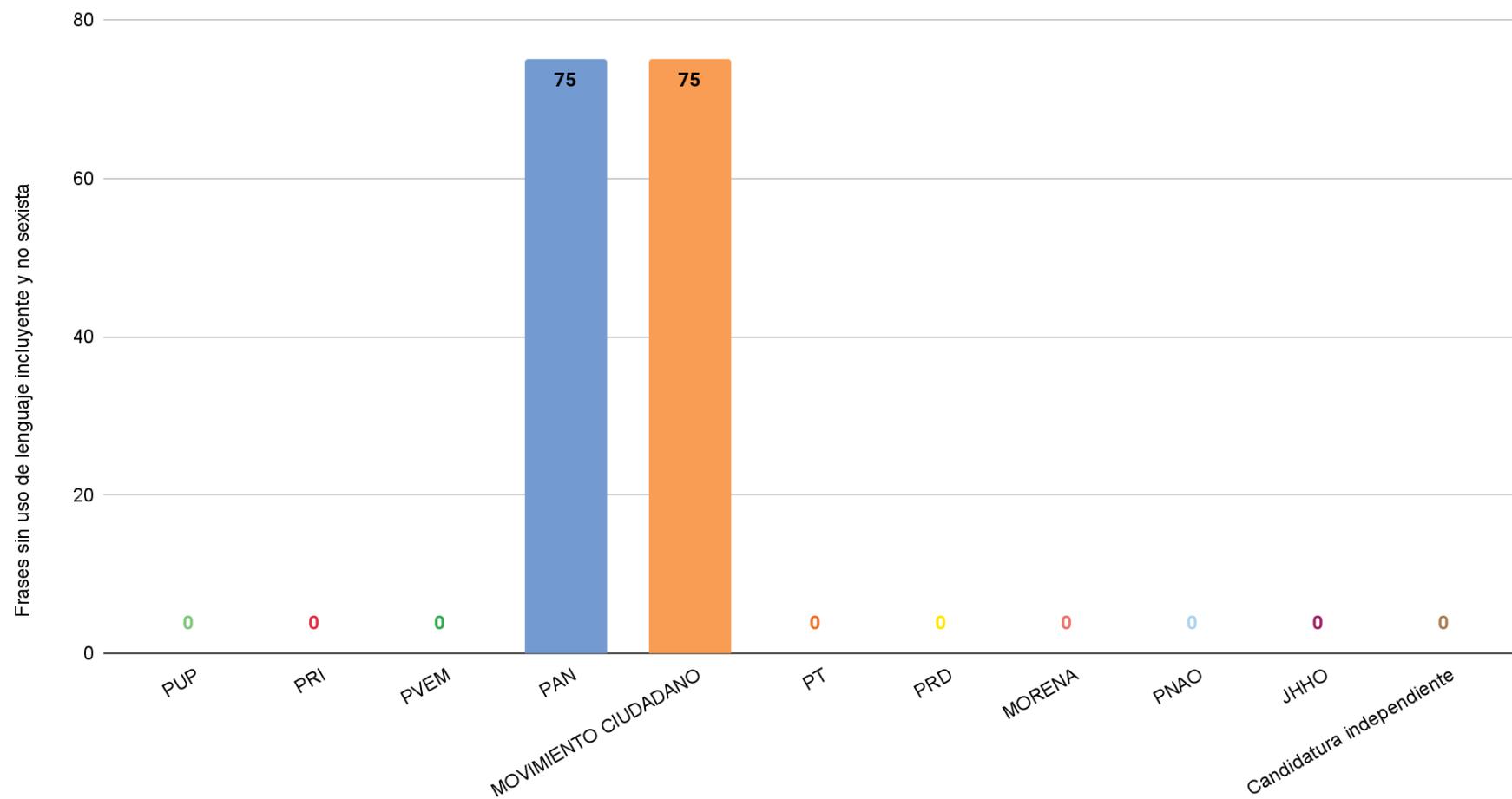
Gráfica 83. Secciones para mostrar la información



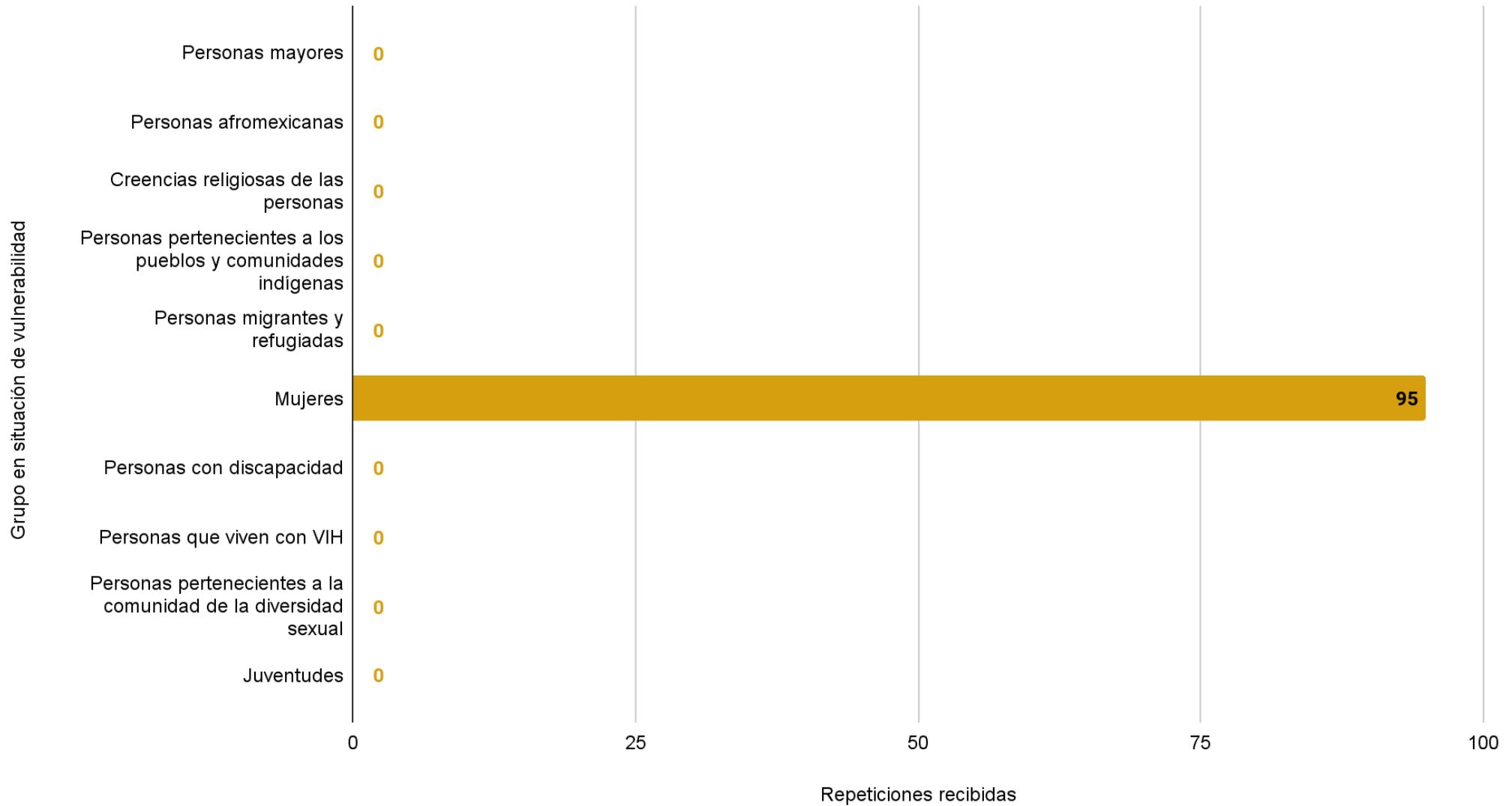
Gráfica 84. Piezas sin uso de lenguaje incluyente y no sexista por partido político, coalición o candidatura independiente



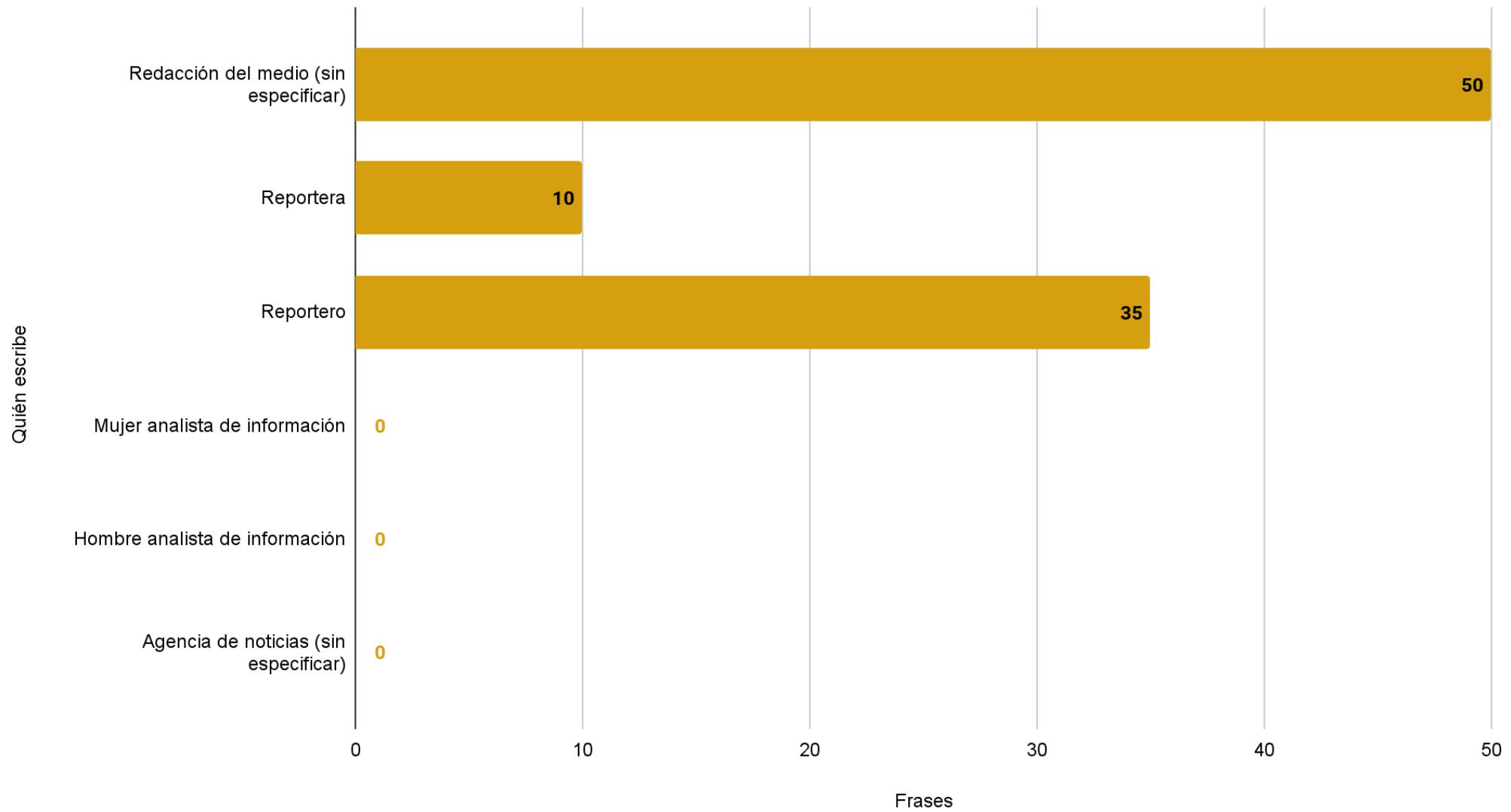
Gráfica 85. Frases sin uso de lenguaje incluyente y no sexista por partido político, coalición o candidatura independiente



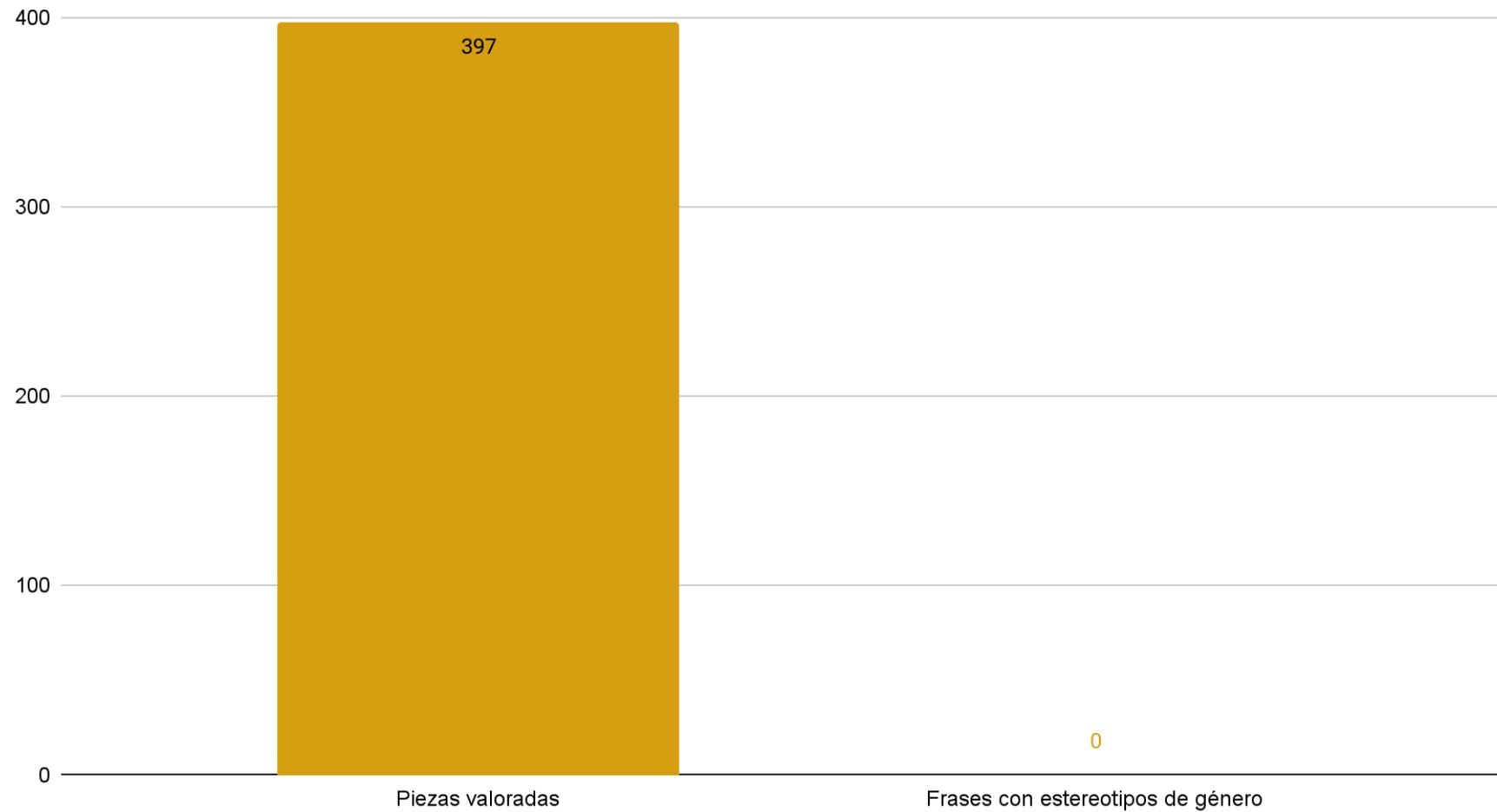
Gráfica 86. Repeticiones de los grupos de atención prioritaria en portales



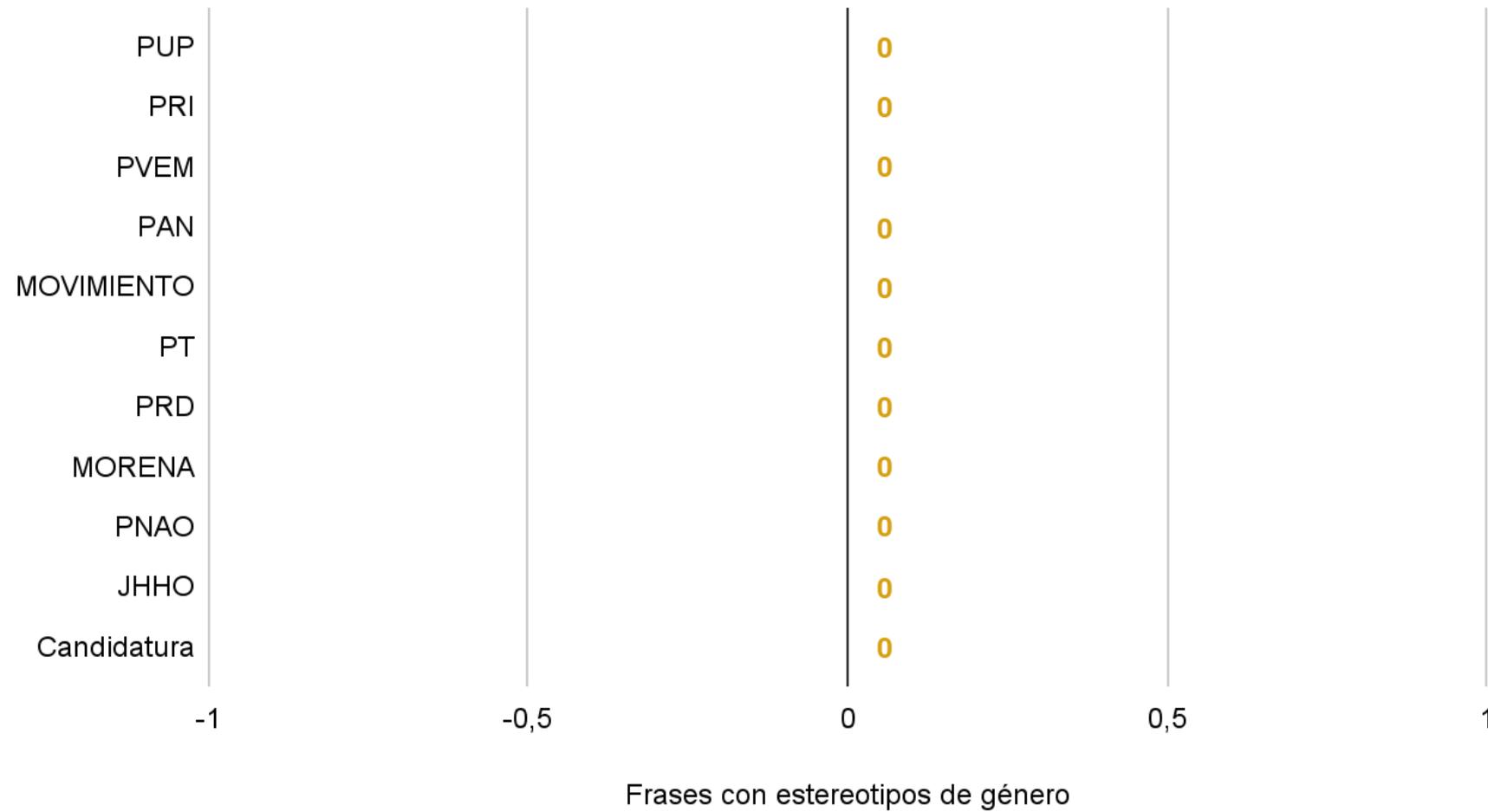
Gráfica 87. Número de frases sin lenguaje incluyente y no sexista según quién escribe



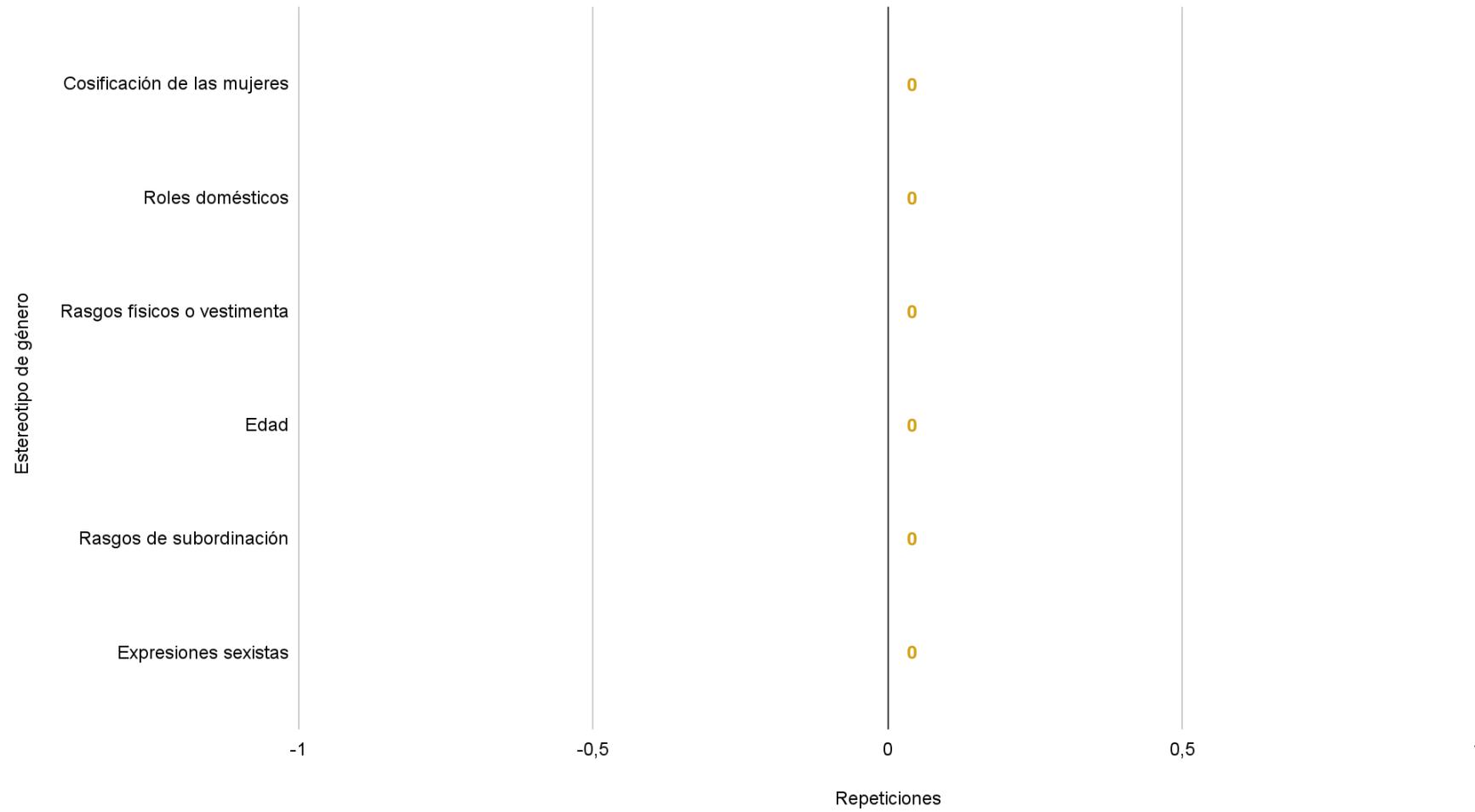
Gráfica 88. Frases con estereotipo frente a piezas valoradas en portales digitales



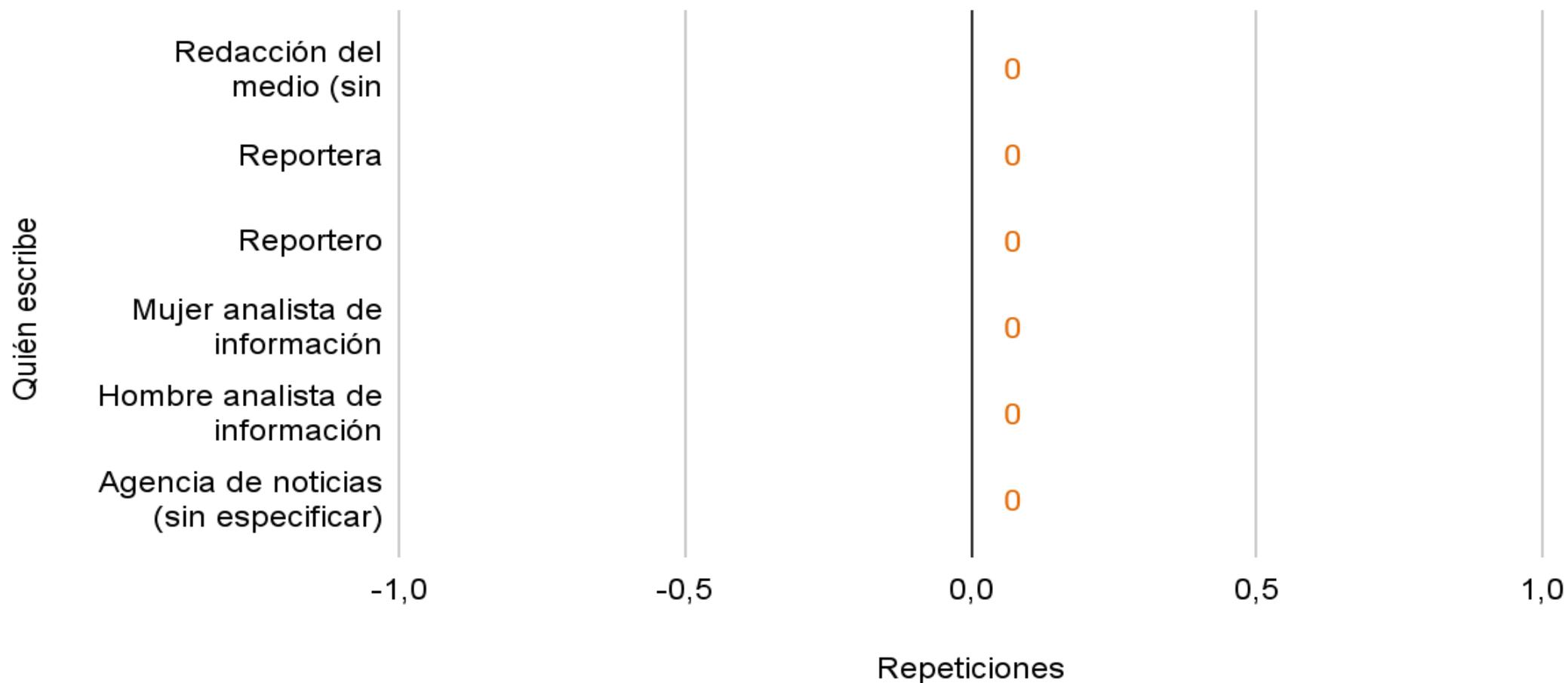
Gráfica 89. Frases con estereotipos de género frente a partido político, coalición o candidatura independiente



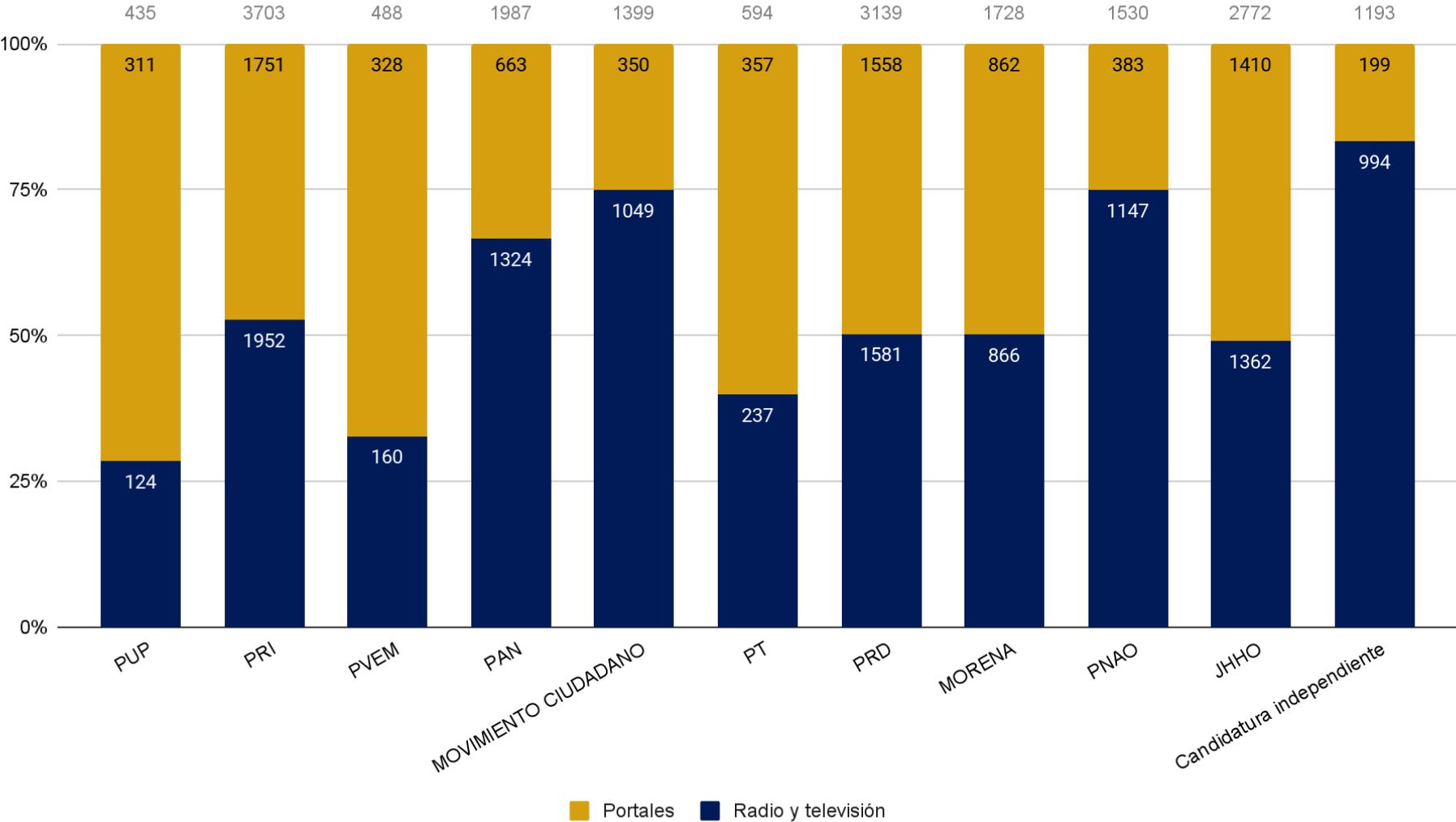
Gráfica 90. Repeticiones de los estereotipo de género en portales



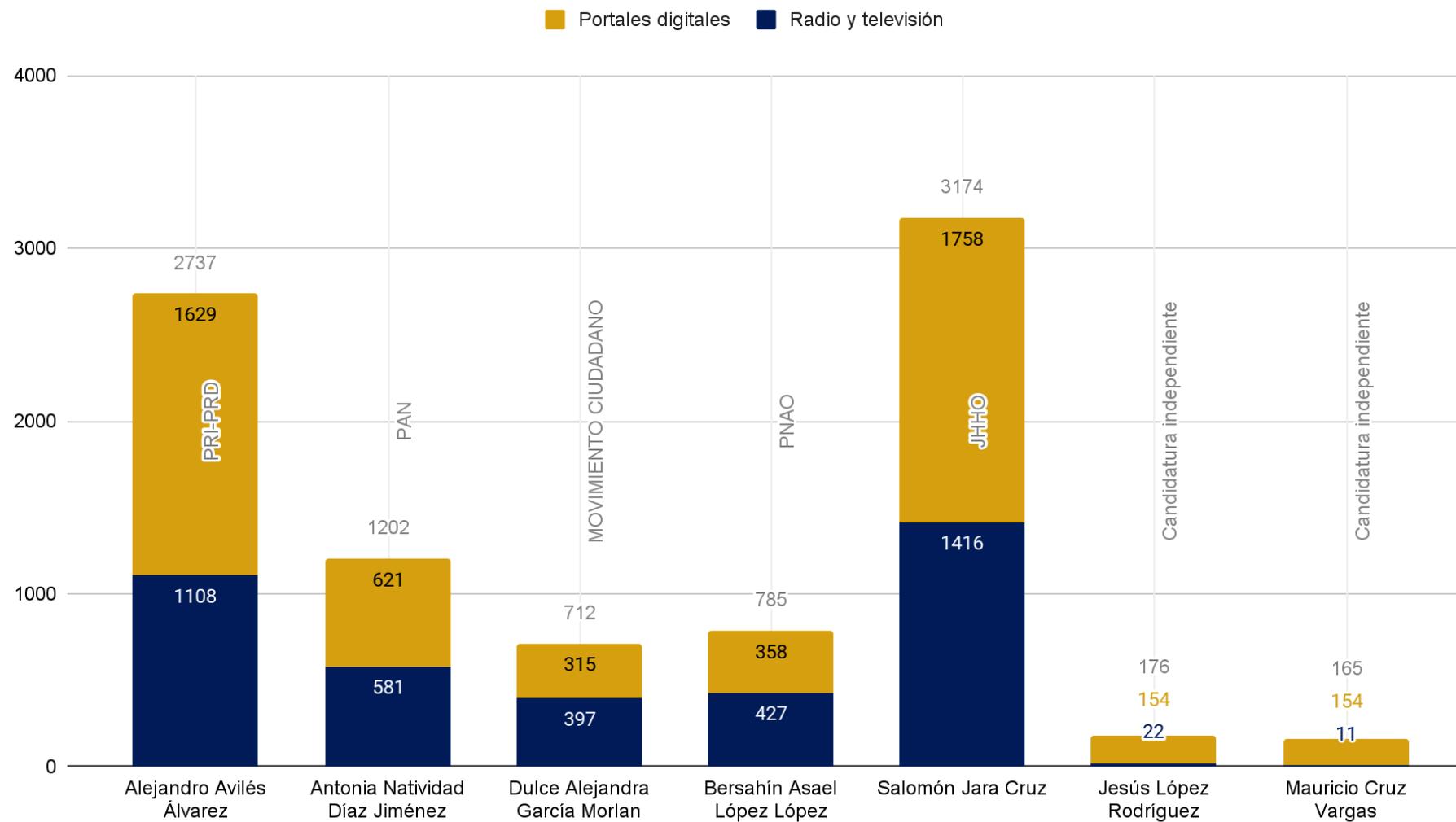
Gráfica 91. Repeticiones de estereotipo de género por quién escribe



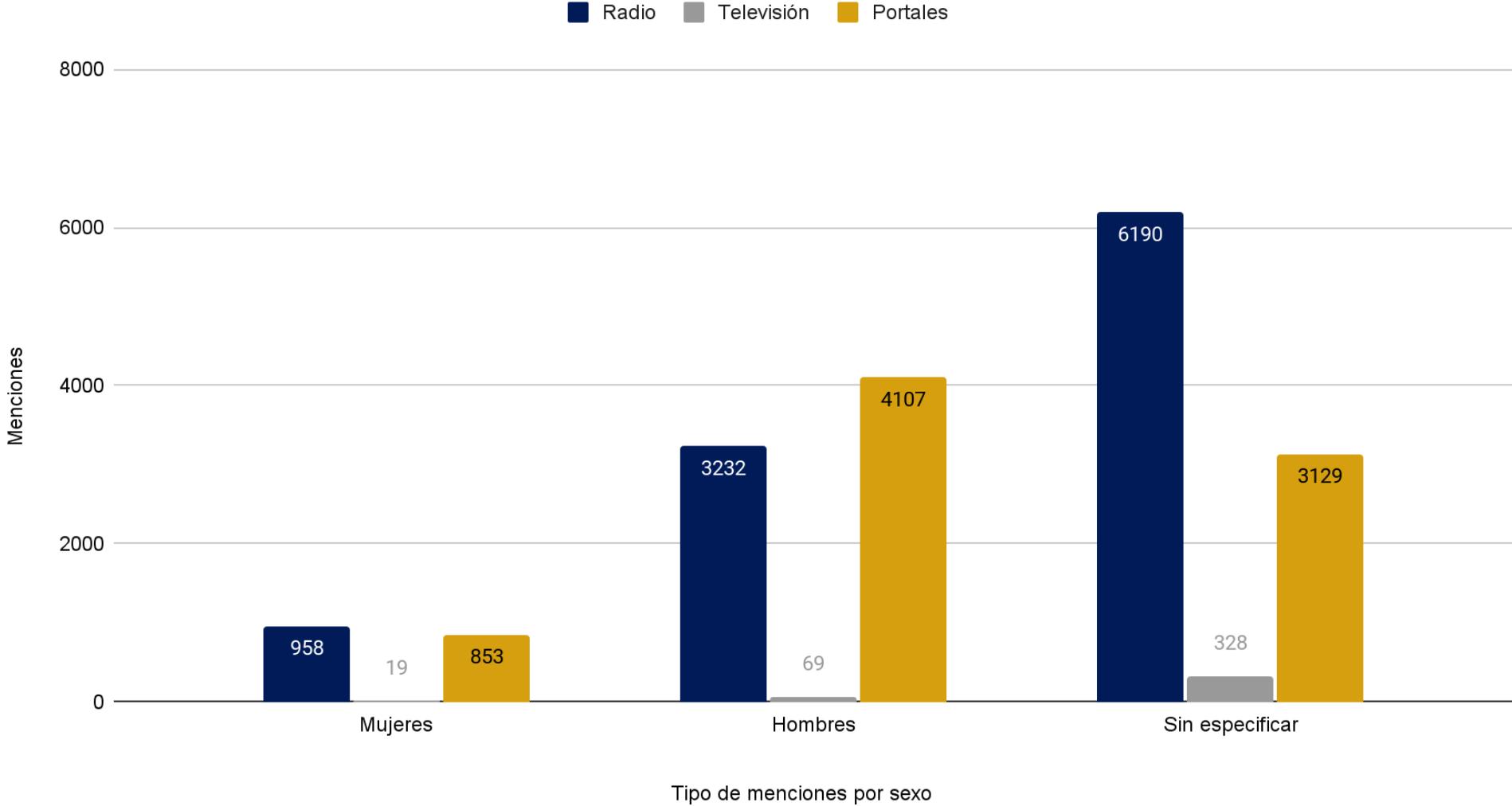
Gráfica 92. Piezas de monitoreo por partido político en los tres tipos de medios



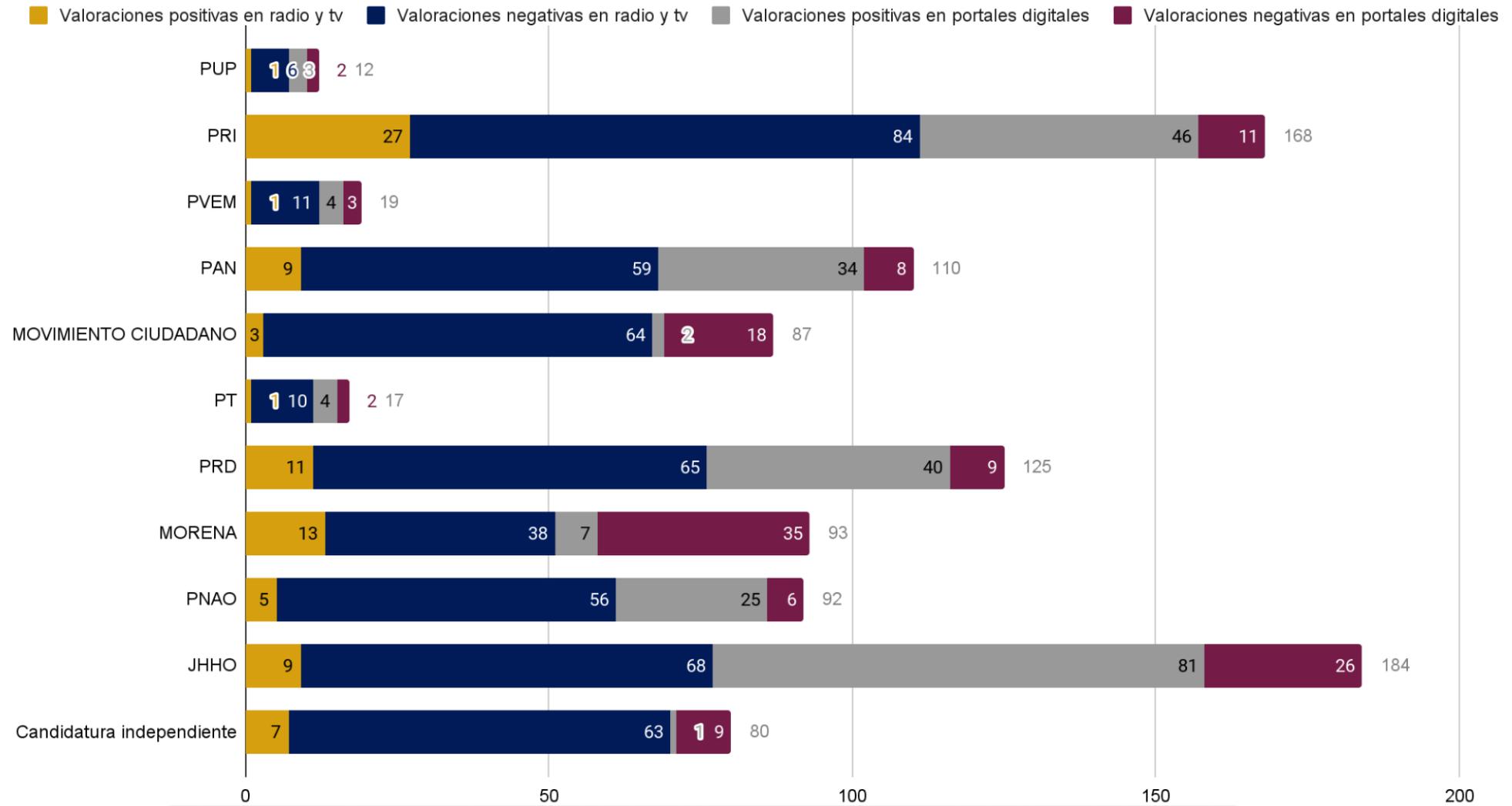
Gráfica 93. Piezas de monitoreo por persona en candidatura en los tres tipos de medios



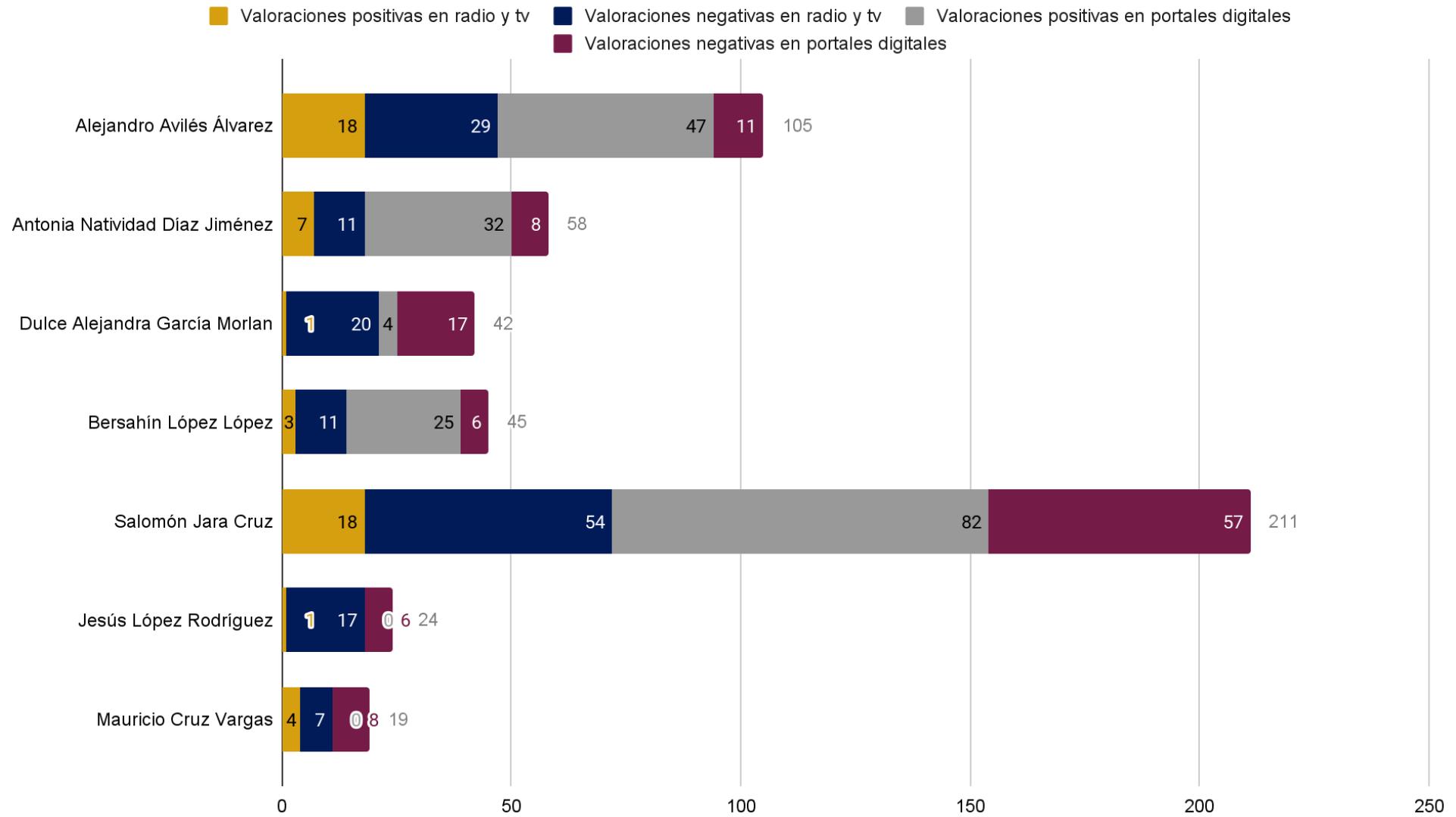
Gráfica 94. Menciones de género en los tres tipos de medios



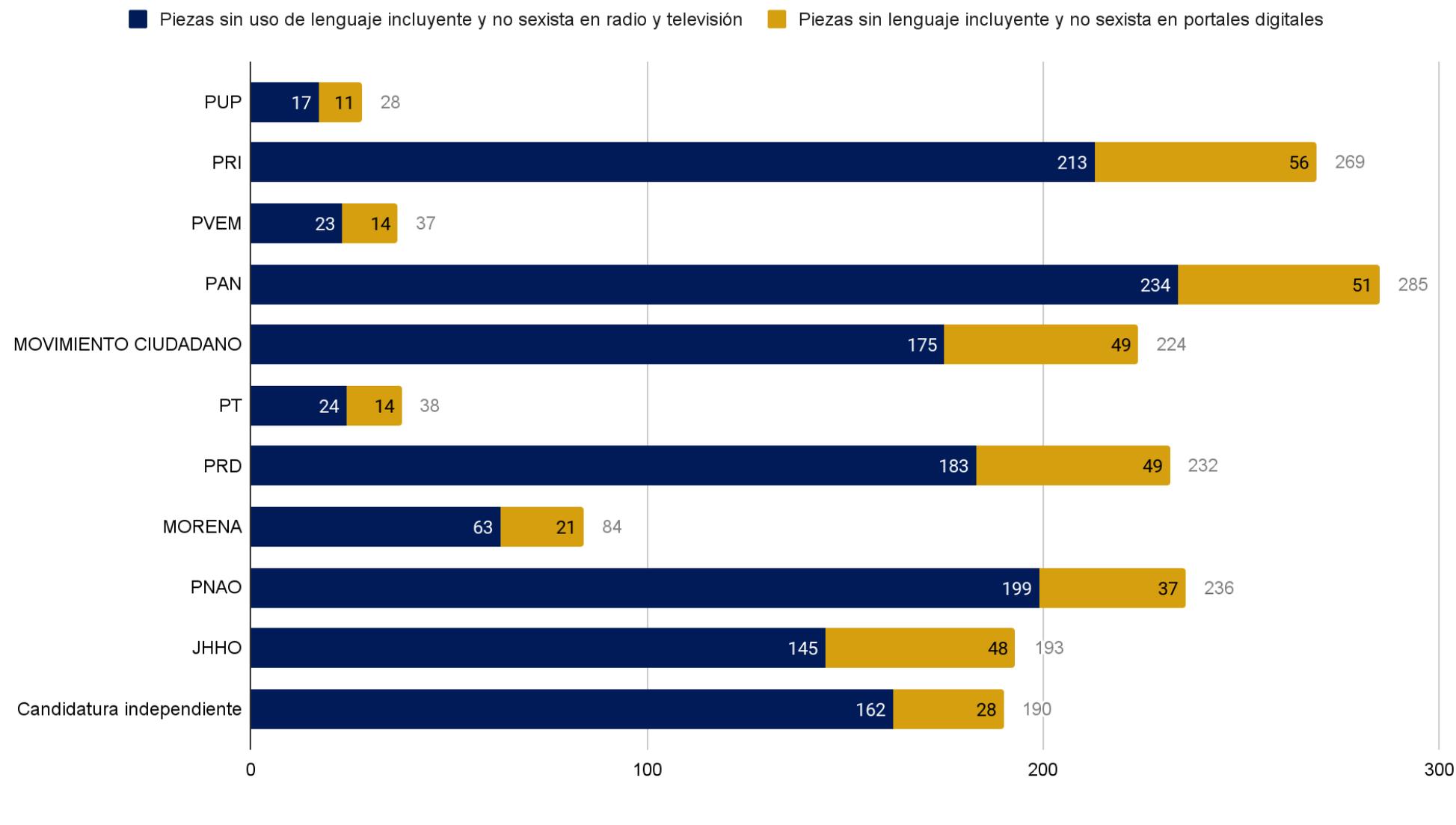
Gráfica 95. Valoraciones por partido político, coalición o candidatura independiente en los tres tipos de medios



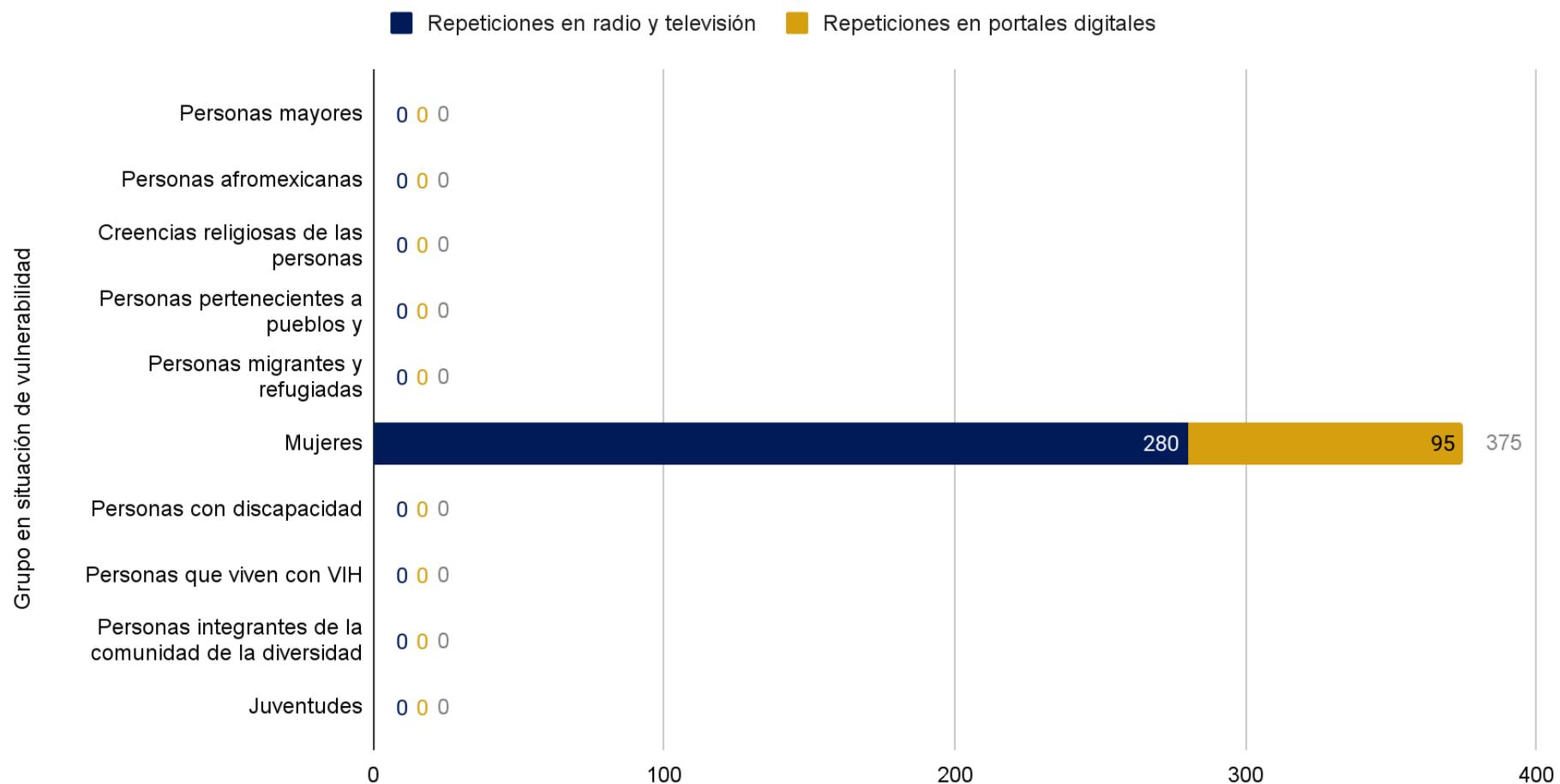
Gráfica 96. Valoraciones por persona en los tres tipos de medios



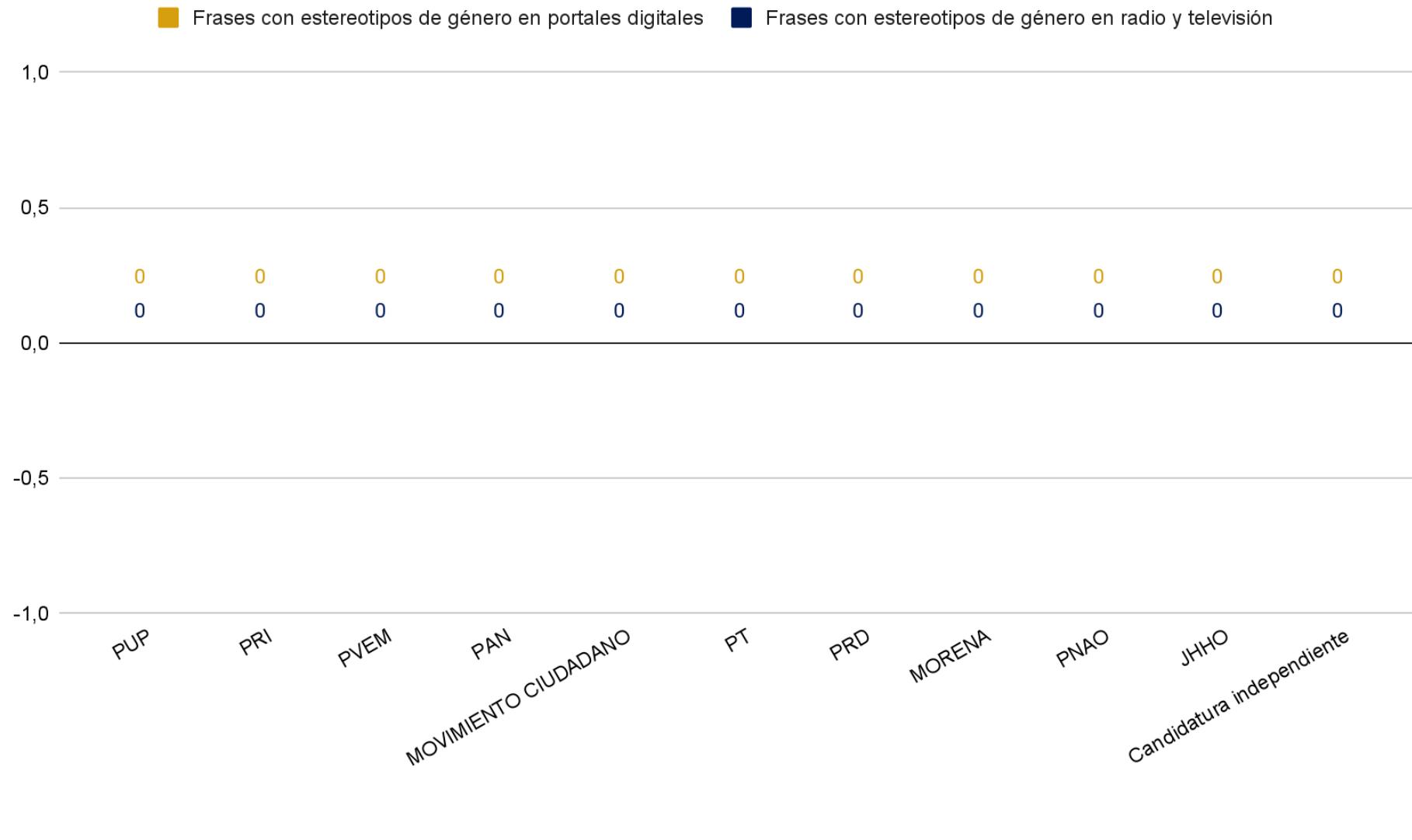
Gráfica 97. Piezas sin uso de lenguaje incluyente y no sexista en los tres tipos de medios



Gráfica 98. Repeticiones de los grupos en situación de vulnerabilidad enunciadas en frases sin uso de lenguaje incluyente y no sexista en Radio y televisión y Portales digitales



Gráfica 99. Frases con estereotipos de género en radio y televisión y en portales digitales



Gráfica 100. Repeticiones de los estereotipos de género en radio y televisión y en portales digitales

