

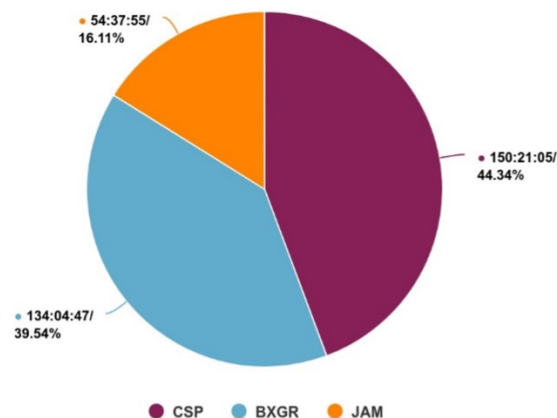
El Monitoreo del INE sobre campañas presidenciales muestra incremento significativo en tiempos de coberturas

- Los grupos de radio y TV que más tiempo han dedicado a las campañas son: Fórmula, MVS Radio, Canal 13, Heraldo, Televisa e Imagen.
- MVS Radio es el medio con mayor tendencia a editorializar (valorar) las noticias.

Ciudad de México, a 21 de marzo de 2024. – El Instituto del Derecho de las Telecomunicaciones (IDET) analizó la publicación del reporte del Instituto Nacional Electoral (INE) sobre la cobertura de los primeros 10 días de la etapa de campaña por parte de los concesionarios de radio y televisión. Por considerarlo de interés público, expresamos nuestras consideraciones sobre sus resultados:

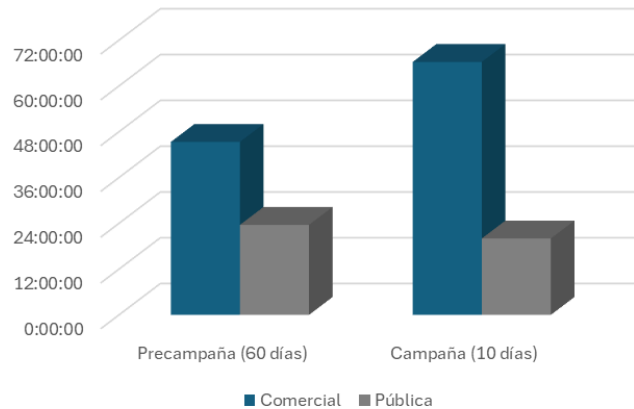
Respecto a la cobertura de las actividades de las candidatas a la Presidencia de la República, Claudia Sheinbaum Pardo y Xóchitl Gálvez Ruiz, hubo equilibrio en los tiempos destinados por los concesionarios de radio y TV a las candidatas punteras.

**Cobertura de radio y TV
a las candidaturas presidenciales como porcentaje del tiempo
destinado (01 al 10 de marzo)**



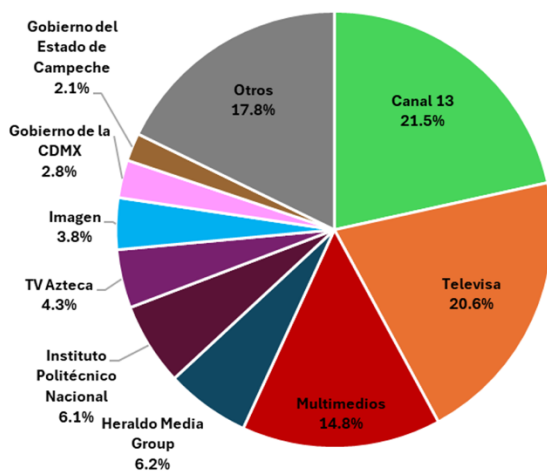
Como era de esperarse, se registró un incremento significativo en el tiempo que el INE reporta como dedicado a la cobertura de las actividades de las candidatas y el candidato durante los primeros 10 días de campaña. Los concesionarios de televisión acumularon 86 horas con 17 minutos y 53 segundos, lo que ya excede a la cobertura televisiva que el INE reportó para los 60 días de precampaña (68 horas con 55 minutos y 07 segundos). El crecimiento en el tiempo reportado se debe a que el número de programas de monitoreados pasó de 83 en el periodo de precampaña a 503 una vez iniciadas las campañas.

**Cobertura televisiva (en horas) por tipo de concesión:
período de precampaña vs 10 días de campaña**

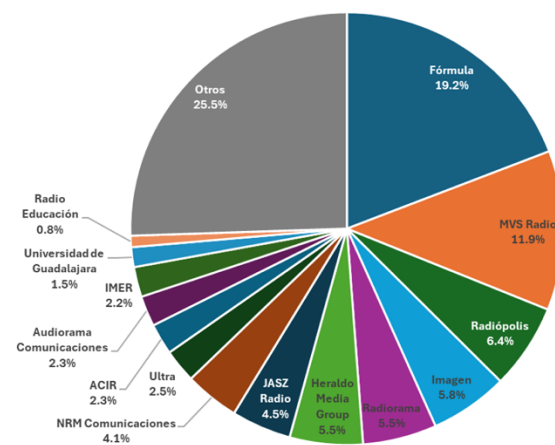


Los concesionarios de radio y TV que dieron mayor tiempo de cobertura a las campañas presidenciales en los primeros 10 días considerados por el INE son los siguientes:

Cobertura televisiva a las campañas presidenciales como porcentaje del tiempo destinado (01 al 10 de marzo)



Cobertura de radio a las campañas presidenciales como porcentaje del tiempo destinado (01 al 10 de marzo)

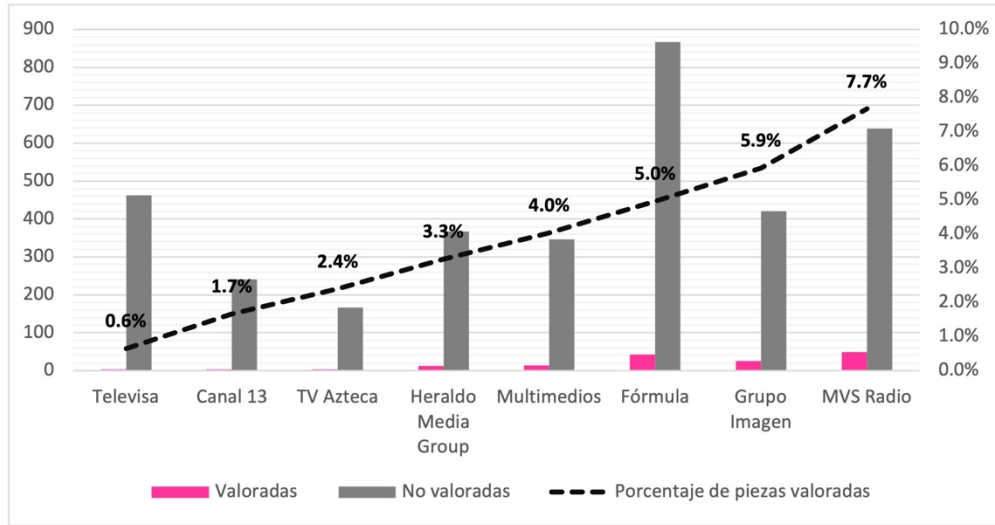


Por otra parte, el INE reporta datos sobre lo que se conoce como “valoración de la información”. Mide la editorialización de las noticias con adjetivos calificativos que pueden expresarse verbalmente o incluso mediante gesticulaciones.

Durante el periodo reportado, el INE analizó 11,348 piezas informativas, de las cuales sólo 501 (4.4% del total) tuvieron alguna valoración. El número de valoraciones fue ligeramente mayor (503) debido a que puede haber más de una valoración en una misma nota.

Los programas de radio tienen una mayor tendencia a editorializar las noticias relacionadas con las campañas electorales que la televisión.

Valoración de piezas informativas por grupo de radio y TV con mayor cobertura
1 al 10 de marzo 2024



El monitoreo del INE muestra que, entre los medios con mayor cobertura de las campañas, Televisa (N+) destaca por su neutralidad, medida por el porcentaje notas editorializadas.

El monitoreo del INE también reporta que la valoración, cuando ocurre, tiende a ser negativa. En la radio 278 de las 436 valoraciones detectadas (64%) fueron negativas, mientras que en la televisión la negatividad fue del 72% (48 de las 67 valoraciones).

La valoración afecta a las candidaturas presidenciales de forma similar. En los tres casos, prevalecen las valoraciones negativas sobre las positivas. Sin embargo, la campaña presidencial de Jorge Álvarez Máynez destaca por ser la que más negatividad ha generado en estos primeros diez días.

Calificación de piezas informativas valoradas

1 AL 10 DE MARZO 2024

Grupo	Claudia Sheinbaum			Xóchitl Gálvez			Jorge Álvarez Máynez		
	Positivas	Negativas	Subtotal	Positivas	Negativas	Subtotal	Positivas	Negativas	Subtotal
Televisa	-	1	1	-	1	1	-	1	1
TV Azteca	-	1	1	1	1	2	-	1	1
Grupo Imagen	7	9	16	5	4	9	2	5	7
Multimédios	-	10	10	-	6	6	-	6	6
Heraldo Media Group	3	2	5	3	2	5	-	2	2
Canal 13	6	-	6	1	-	1	-	-	-
Fórmula	12	12	24	12	19	31	1	11	12
MVS Radio	7	19	26	8	9	17	1	20	21
Total	35	54	89	30	42	72	4	46	50

Contacto de Prensa:

Loreto Soria E.

Mail: prensaidet24@gmail.com