

: DIFUNDE IEEM INFORMES FINALES ACUMULADOS DEL MONITOREO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA ELECCIÓN EXTRAORDINARIA DE ATLAUTLA.

El Instituto Electoral del Estado de México (IEEM) en cumplimiento con el principio de máxima publicidad que rige la actuación electoral, difunde los resultados de los informes finales acumulados del monitoreo realizado a los Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet, así como a medios Alternos y Cine, correspondientes a la Elección Extraordinaria de Atlautla 2022. Dichos monitoreos cuantitativos y cualitativos incorporaron la perspectiva de género durante los periodos de precampaña, intercampaña, campaña electoral, reflexión y jornada electoral, con el fin de garantizar la equidad en la difusión de los actos proselitistas de los partidos políticos, coaliciones y



candidaturas. De tal forma que del Monitoreo a 70 Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet del 11 de abril al 15 de mayo de 2022, se destaca que, el número total de menciones emitidas sobre los partidos políticos, las coaliciones y autoridades electorales, ascendió a 719; de las cuales 49 se concentran en radio; 91 en televisión; 283 en impresos y 296 en internet. Respecto a la equidad de género, de las 719 piezas de monitoreo analizadas en radio y televisión, se registraron 20 menciones para mujeres que en conjunto sumaron 49 minutos con 44 segundos; mientras que, 33 fueron para hombres, con 1 hora, 26 minutos, 49 segundos; y 87, no incluyeron especificación de género, es decir, 1 hora, 23 minutos, 52 segundos. En medios impresos se detectaron 55 menciones para mujeres; 94 fueron para hombres; y 134 no incluyeron especificación de género. En tanto en Internet, se registraron 49 menciones para mujeres; 127 fueron para hombres; y 120 no incluyeron especificación de género. En cuanto al apartado cuantitativo, se identificaron 8 inserciones en medios impresos y 21 en internet; de ese total de ambos medios: 5 corresponden a dirigencias partidistas, uno de autoridad gubernamental y 23 de autoridades electorales.

Difunden informes del monitoreo de elección extraordinaria

El Instituto Electoral del Estado de México (IEEM) en cumplimiento con el principio de máxima publicidad que rige la actuación electoral, difundió los resultados de los informes finales acumulados del monitoreo realizado a los Medios de **Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet**, así como a medios Alternos y Cine, correspondientes a la Elección Extraordinaria de Atlautla 2022. Dichos monitoreos son del tipo cuantitativo y cualitativos

De tal forma que del Monitoreo a 70 Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet del 11 de abril al 15, se destaca que, el número total de menciones emitidas sobre los partidos políticos, las coaliciones y autoridades electorales, ascendió a **719; de las cuales 49 se concentran en radio; 91 en televisión; 283 en impresos y 296 en internet.**

Respecto a la equidad de género, de las 719 piezas de monitoreo analizadas en radio y televisión, se registraron 20 menciones para mujeres que en conjunto sumaron 49 minutos con 44 segundos; mientras que, 33 fueron para hombres, con 1 hora, 26 minutos, 49 segundos; y 87, no incluyeron especificación de género, es decir, 1 hora, 23 minutos, 52 segundos. En medios impresos se detectaron 55 menciones para mujeres; 94 fueron para hombres; y 134 no incluyeron especificación de género.

En tanto en Internet, se registraron 49 menciones para mujeres; 127 fueron para hombres; y 120 no incluyeron especificación de género.

En cuanto al apartado cuantitativo, se identificaron 8 inserciones en medios impresos y 21 en internet; de ese total de ambos medios: 5 corresponden a dirigencias partidistas, uno de autoridad gubernamental y 23 de autoridades electorales.

Por otro lado, en el Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos y Cine se validaron 523 registros en el Sistema Integral de Monitoreo a Espectaculares y Medios Alternos, de los cuales, 65 corresponden a propaganda política, 457 a propaganda electoral y uno a propaganda gubernamental, que refiere a 479 soportes promocionales, 34 a publicidad directa, 5 a propaganda móvil o de tránsito y 5 a eventos de difusión.

Del total de la propaganda registrada el 25% corresponde a mujeres, 62% a hombres y en un 13% no se especifica algún género, debido a que corresponde a propaganda política, es decir, no alude a una persona en particular sino al partido político. Además, durante el desarrollo del monitoreo extraterritorial, se detectaron cuatro bardas con propaganda política y, no se observó la utilización de lenguaje violento contra las mujeres debido al género, ni la utilización de estereotipos de género.

