



INSTITUTO ESTATAL ELECTORAL  
DE BAJA CALIFORNIA SUR



# INFORME FINAL DEL MONITOREO DE MEDIOS CAMPAÑAS ELECTORALES BAJA CALIFORNIA SUR 2023-2024

Del 1 de abril al 29 de mayo de 2024  
La Paz B.C.S.

## Introducción

El monitoreo de las campañas electorales en Baja California Sur durante el periodo 2023-2024 es fundamental para asegurar la transparencia y equidad del proceso electoral. Este seguimiento permite identificar cómo se distribuye la cobertura mediática entre los distintos candidatos y partidos, revelando posibles sesgos o favoritismos que podrían influir en la percepción pública y, en última instancia, en los resultados electorales. Además, el monitoreo proporciona datos precisos sobre el tiempo y el tipo de exposición mediática, permitiendo evaluar la efectividad de las estrategias de comunicación de los actores políticos y asegurando que todos los participantes tengan oportunidades equitativas para presentar sus propuestas al electorado.

Desde una perspectiva académica y analítica, monitorear las campañas electorales es esencial para entender las dinámicas de poder y la influencia de los medios en la formación de la opinión pública. Los datos recolectados durante el monitoreo ofrecen una base sólida para investigaciones sobre comunicación política, comportamiento electoral y equidad de género en la representación mediática. Estos estudios pueden informar políticas y regulaciones que promuevan una cobertura mediática más justa y balanceada, fortaleciendo así los principios democráticos y asegurando que las elecciones reflejen verdaderamente la voluntad del pueblo.

El periodo asignado para las campañas electorales comprendió los meses de abril

No.	Grupo	Nombre Noticiario	Medio	Emisora	Frecuencia/Canal
1	CPS Media	CPS Noticias	TV	XHCPCS-TDT	Canal 10.1
2	CPS Media	CPS Noticias	TV	XHCPCS-TDT	Canal 10.1
3	Cabo Mil	Al Cabo Noticias	RA	XHSJS-FM	96.3
4	Cabo Mil	Los Cabos a la Carta	RA	XHSJS-FM	96.3
5	CPS Media	CPS Noticias	TV	XHCPBC-TDT	Canal 10.1
6	CPS Media	CPS Noticias	TV	XHCPBC-TDT	Canal 10.1
7	CPS Media <sup>1</sup>	CPS Noticias	TV	XHCPBC-TDT	Canal 10.1
8	Miled México	Línea en Alta tensión	RA	XHBCPZ-FM	95.1
9	Miled México	Línea en Alta Tensión	RA	XHBCPZ-FM	95.1
10	Fórmula	Fórmula Noticias La Paz	RA	XHNT-FM	97.5
11	Fórmula	Fórmula Vespertina	RA	XHNT-FM	97.5
12	Promomedios California	Panorama Informativo	RA	XHHZ-FM	96.7
13	Gobierno del Estado de Baja California Sur	Sudcalifornia Hoy	TV	XHBZC-TDT	Canal 30
14	Gobierno del Estado de Baja California Sur	Sudcalifornia Hoy	TV	XHBZC-TDT	Canal 30
15	Gobierno del Estado de Baja California Sur	Sudcalifornia Hoy	TV	XHBZC-TDT	Canal 30

y mayo, durante ese tiempo se monitorearon los siguientes programas de radio y televisión en Baja California Sur:

Durante este periodo, los tiempos monitoreados y dedicados a las distintas fuerzas políticas participantes en las campañas son los que se muestran en la tabla 1, se observa que, en total, se han dedicado 89 horas, 24 minutos y 53 segundos a la

<sup>1</sup> Desaparece a partir del 1ro de enero de 2024, información proporcionada por el Lic. Emmanuel Flores Picazo, Gerente de CPS Media La Paz y Coordinador Operativo de Radiante FM BCS, el 26 de enero de 2024 mediante oficio dirigido a la Coordinadora del Proyecto por parte de la UABCS.

cobertura electoral, con una predominancia de la radio sobre la televisión. En radio, se han dedicado 70 horas, 30 minutos y 21 segundos, mientras que en televisión se han dedicado 18 horas, 54 minutos y 32 segundos. Este patrón destaca la importancia de la radio como medio principal para la difusión de información electoral, posiblemente debido a su amplio alcance y accesibilidad en diversas comunidades.

En cuanto al tipo de programa, las entrevistas dominan la cobertura tanto en radio como en televisión, con 49 horas, 49 minutos y 33 segundos en radio y 10 horas, 49 minutos y 21 segundos en televisión. Las notas informativas también ocupan un lugar significativo, especialmente en radio con 16 horas, 42 minutos y 4 segundos. Por otro lado, el tiempo dedicado a la opinión y análisis es notablemente menor, con menos de 4 horas en ambos medios. Los reportajes son el formato menos utilizado, lo que puede reflejar una preferencia por formatos más directos y menos elaborados en la cobertura de campañas.

Respecto a la presentación de los datos, es necesario señalar que algunos de los porcentajes presentados, son el resultado de la conversión de unidades de tiempo (Horas, minutos y segundos) a unidades numéricas representadas como porcentaje (0.00% - 100%), por lo que los valores resultantes contienen pequeñas fracciones que requieren el uso de más de dos decimales para la interpretación y visualización de todo el universo de datos.

Por lo anterior, es posible que, en algunos casos al aplicar el redondeo a dos decimales para una mejor representación de la información, la sumatoria de los datos no resulte exacta del 100%. Esto no significa que los valores de origen sean incorrectos.

## INFORMACIÓN POR TIPO DE PROGRAMA

### *Tiempo total dedicado y menciones*

Una comparación entre el tiempo dedicado y el tiempo monitoreado en radio y televisión durante las campañas electorales es la forma adecuada de conocer las diferencias en la distribución de estos tiempos, como se aprecia en la tabla 2. En términos de tiempo monitoreado, la televisión tiene una mayor proporción con 173 horas, 54 minutos y 32 segundos, lo que representa el 61% del total, en contraste, la radio tiene 110 horas, 46 minutos y 14 segundos, equivalentes al 39%.

Esta disparidad en el tiempo monitoreado sugiere que la televisión, a pesar de su mayor tiempo de monitoreo, puede estar proporcionando una cobertura más superficial o diversificada en comparación con la radio.

Por otro lado, cuando se analiza el tiempo dedicado específicamente a la cobertura electoral, la radio domina significativamente con 6615 horas y 30 minutos, lo que representa un abrumador 84% del tiempo total dedicado; contrastando con la televisión que aunque tiene un mayor tiempo de monitoreo, dedica solo 1282 horas y 30 minutos, equivalente al 16%.

Esta distribución indica que la radio es el medio preferido para profundizar en la cobertura electoral, posiblemente debido a su capacidad para ofrecer programación más continua y detallada. La radio proporciona una plataforma eficaz para la difusión de información política, permitiendo a los candidatos y partidos llegar a una audiencia amplia y diversa de manera constante, lo que refuerza su papel crucial en el proceso electoral.

#### a) Tiempo por Fuerza Política en medios

La tabla 3 proporciona una visión detallada del tiempo dedicado a cada fuerza

política en radio y televisión durante las campañas electorales. En radio, destacan Sigamos Haciendo Historia en Baja California Sur y Juntos por BCS, con tiempos significativos de 26 horas, 49 minutos y 48 segundos, y 26 horas, 28 minutos y 23 segundos respectivamente, representando aproximadamente el 30% del tiempo total dedicado cada uno. Esto sugiere que ambas fuerzas han centrado su estrategia de comunicación en este medio, probablemente debido a su capacidad para alcanzar una audiencia amplia y continua de manera efectiva.

En contraste, fuerzas políticas como el Partido Encuentro Solidario de Baja California Sur tienen una presencia mucho menor en radio, con solo 31 minutos y 38 segundos, lo que representa menos del 1% del tiempo total dedicado. Este desequilibrio puede reflejar diferencias en los recursos disponibles o en las estrategias de comunicación empleadas por cada partido. Es crucial analizar cómo estas diferencias pueden afectar la percepción pública y la equidad en la representación de todas las fuerzas políticas durante el proceso electoral.

En televisión, aunque el tiempo total dedicado es menor en comparación con la radio, Sigamos Haciendo Historia en Baja California Sur sigue liderando con 6 horas, 53 minutos y 59 segundos, seguido de Juntos por BCS con 4 horas, 36 minutos y 19 segundos.

La distribución del tiempo en televisión es más equitativa entre las diferentes fuerzas políticas, aunque persisten variaciones significativas. Por ejemplo, Movimiento Ciudadano cuenta con 3 horas, 12 minutos y 44 segundos, mientras que el Partido Encuentro Solidario de Baja California Sur muestra nuevamente la menor presencia con solo 14 minutos y 38 segundos.

La disparidad en el tiempo dedicado entre las distintas fuerzas políticas y la manera en que se distribuye la cobertura pueden influir en el resultado electoral y en la percepción pública de las distintas fuerzas políticas.

## b) Tiempo dedicado por Fuerza Política

La gráfica 1 muestra la distribución del tiempo total dedicado a cada fuerza política en los medios de comunicación durante las campañas electorales. Sigamos Haciendo Historia en Baja California Sur y Juntos por BCS dominan la cobertura, con el 37% y el 35% del tiempo total, respectivamente. Esta alta proporción de tiempo sugiere que estos partidos han implementado estrategias de comunicación efectivas que les permiten maximizar su visibilidad en los medios, su presencia predominante puede influir significativamente en la percepción pública y en la capacidad de atraer votantes.

Movimiento Ciudadano sigue con un 17% del tiempo total, lo que indica una presencia mediática considerable, aunque menos dominante que las dos fuerzas líderes, Fuerza por México Baja California Sur y Partido Movimiento Laborista Baja California Sur tienen una cobertura menor, con el 6% y el 4% respectivamente. Finalmente, el Partido Encuentro Solidario de Baja California Sur tiene la menor presencia con solo el 1% del tiempo total dedicado. Esta disparidad en la cobertura puede reflejar diferencias en los recursos disponibles y en la efectividad de las estrategias de comunicación de cada partido.

Desde una perspectiva de género, es fundamental analizar cómo se distribuye este tiempo entre candidatas y candidatos dentro de cada fuerza política. La equidad en la representación mediática no solo implica asegurar una cantidad justa de tiempo de cobertura, sino también garantizar que la calidad de esta cobertura sea equitativa y sin sesgos de género. Las candidatas deben tener las mismas oportunidades de visibilidad y acceso a los medios que sus contrapartes masculinas para promover una competencia justa y balanceada.

La gráfica subraya la importancia de la equidad en la cobertura mediática para todas

las fuerzas políticas, las diferencias en el tiempo de cobertura pueden influir en los resultados electorales al afectar la visibilidad y la percepción pública de las diferentes fuerzas políticas; por ello es importante que estas y los medios de trabajen para asegurar una representación justa y balanceada que refleje la diversidad y la pluralidad del electorado, promoviendo así una democracia más inclusiva y equitativa.

### c) Registros totales por Fuerza Política

En los registros totales por fuerza política en los medios de comunicación durante las campañas electorales Sigamos Haciendo Historia en Baja California Sur lidera con 1718 registros, seguido por Juntos por BCS con 1364 registros, como nos muestra la gráfica 2. Esta alta frecuencia de menciones sugiere que ambos partidos han implementado estrategias de comunicación efectivas que les permiten mantener una presencia constante y destacada en los medios; la visibilidad mediática es importante en la percepción pública y puede influir en el apoyo electoral que estos partidos reciben.

Movimiento Ciudadano también tiene una presencia notable con 562 registros, lo que indica una estrategia de comunicación robusta, aunque menos dominante que las de los partidos líderes. Fuerza por México Baja California Sur y el Partido Movimiento Laborista Baja California Sur tienen 206 y 129 registros respectivamente, reflejando una menor visibilidad en los medios. El Partido Encuentro Solidario de Baja California Sur tiene la menor cantidad de registros, con solo 12 menciones, lo que sugiere una estrategia de comunicación menos efectiva o recursos más limitados para mantener su presencia en los medios.

En conclusión, la gráfica resalta la disparidad en la visibilidad mediática entre las diferentes fuerzas políticas, estas diferencias pueden tener un impacto significativo en el resultado electoral, afectando la percepción pública y el apoyo que reciben los

partidos y sus candidatos.

#### d) Tiempo por Fuerza Política

La gráfica 3 muestra el tiempo dedicado por fuerza política en radio y televisión durante las campañas electorales, donde se aprecia que Sigamos Haciendo Historia en Baja California Sur recibe la mayor cantidad de tiempo con 33 horas, 43 minutos y 47 segundos, seguido de cerca por Juntos por BCS con 31 horas, 4 minutos y 42 segundos; esta significativa dedicación de tiempo sugiere que ambos partidos han sido particularmente efectivos en asegurar una presencia constante en los medios, lo cual es crucial para mantener la visibilidad y el apoyo del electorado.

Movimiento Ciudadano también tiene una presencia considerable con 15 horas, 12 minutos y 37 segundos, lo que indica una estrategia de comunicación robusta. En contraste, Fuerza por México Baja California Sur y Partido Movimiento Laborista Baja California Sur tienen tiempos significativamente menores, con 5 horas, 23 minutos y 54 segundos, y 3 horas, 42 minutos y 8 segundos, respectivamente. El Partido Encuentro Solidario de Baja California Sur tiene la menor presencia con solo 46 minutos y 16 segundos, lo que puede reflejar una limitación en sus recursos o en su estrategia de comunicación.

La gráfica subraya la necesidad de una cobertura mediática equilibrada que refleje la diversidad de las fuerzas políticas y sus representantes, las diferencias en el tiempo dedicado pueden influir significativamente en la percepción pública y en los resultados electorales.

#### e) Tiempo y porcentaje de transmisión por Fuerza Política

La tabla 4 proporciona un análisis detallado del tiempo y porcentaje de transmisión

dedicado a cada candidatura para diputaciones y ayuntamientos en radio y televisión durante las campañas electorales. En el caso de las diputaciones, Olivas Parra Karina lidera con 2 horas, 17 minutos y 20 segundos en radio, representando el 11.49% del tiempo total dedicado a este medio, mientras que otros candidatos como Soto Camacho Elva Cecilia y Bustamante Alcalde Amelia Leticia también tienen una presencia significativa, con 2 horas, 13 minutos y 28 segundos y 2 hora, 04 minutos y 17 segundos respectivamente.

En televisión, el mayor tiempo dedicado fue para Olivas Parra Karina encabeza con 43 minutos y 9 segundos, seguida por Soto Camacho Elva Celia y Van Wormer Castro Eduardo Valentín, esta diversidad en la cobertura mediática sugiere que los candidatos están utilizando múltiples plataformas para llegar a diferentes segmentos de la audiencia, maximizando así su alcance y efectividad.

Es importante destacar la presencia de mujeres como Soto Camacho Elva Cecilia y Olivas Parra Karina, quienes están logrando una visibilidad destacada en ambos medios.

Para los ayuntamientos, Quiroga Romero Milena Paola tiene una cobertura encabeza en radio con 15 horas, 50 minutos y 30 segundos, representando el 28.22% del tiempo total dedicado a este medio; esto muestra una estrategia fuerte y continua en radio, similar a la observada en las diputaciones. Mares Aguilar José Rigoberto también tiene tiempos significativos, lo que refleja una competencia intensa en este ámbito.

En televisión, la distribución del tiempo es nuevamente más variada, con Quiroga Romero Milena Paola y Mares Aguilar José Rigoberto teniendo una notable presencia con 5.20% y 3.52% respectivamente.

Es interesante observar cómo se distribuye el tiempo de transmisión entre candidatas y candidatos para asegurar una representación equitativa, la visibilidad mediática es un factor clave para la percepción pública y el éxito electoral, y esta tabla destaca la importancia de una cobertura mediática equilibrada que refleje la diversidad de los candidatos, promoviendo una competencia justa y equitativa.

#### f) Registros totales por medios para Ayuntamiento

La gráfica 4 muestra los registros totales por medio para ayuntamientos, detallando la cobertura mediática de diferentes candidatos en radio y televisión durante las campañas electorales. En radio, Quiroga Romero Milena Paola y Mares Aguilar José Rigoberto lideran con 714 y 642 menciones respectivamente, lo que indica una fuerte presencia en este medio y sugiere que estos candidatos han desarrollado estrategias efectivas para maximizar su visibilidad en la radio, lo que puede ser crucial para llegar a una audiencia amplia y diversa.

Otros candidatos, como Camacho Hale Diego y Agundez Gómez Christian, también tienen una presencia significativa en radio con 148 y 154 menciones respectivamente. Sin embargo, algunos candidatos como Ibarra Montoya Víctor Ernesto y Ochoa Amador Paz Del Alma tienen un número relativamente bajo de menciones, con 102 y 34 respectivamente; estas diferencias pueden reflejar variaciones en los recursos disponibles, la efectividad de las estrategias de comunicación y la relevancia de los mensajes transmitidos por cada candidato.

En televisión, la distribución de los registros es diferente, encabezan Agundez Gómez Christian y Quiroga Romero Milena con 187 y 148 registros respectivamente, seguidos por Mares Aguilar José Rigoberto nuevamente que tiene 120 menciones. Esto indica que ambos candidatos no solo han asegurado una fuerte presencia en radio, sino que también han sido efectivos en mantener su visibilidad en televisión. Otros candidatos como Camacho Hale Diego y Ibarra

Montoya Víctor Ernesto también tienen presencia en televisión con 54 y 90 menciones respectivamente.

Es importante observar cómo se distribuye esta visibilidad entre candidatas y candidatos, la equidad en la cobertura mediática es crucial para garantizar una competencia justa y balanceada. Las candidatas deben tener igual acceso y oportunidad de visibilidad en los medios para poder comunicar sus propuestas y conectar con el electorado de manera efectiva. Esta gráfica resalta la necesidad de una cobertura mediática que refleje de manera justa la diversidad de todos los candidatos, promoviendo así una democracia más inclusiva y equitativa.

#### g) Menciones totales por medios para Diputaciones

La gráfica 5 presenta los registros totales por medio para diputaciones, detallando la cobertura mediática de los diferentes candidatos en radio y televisión durante las campañas electorales. En radio, Bustamante Alcalde Amelia Leticia lidera con 102 menciones, seguida de Soto Camacho Elva Cecilia y Van Woemwe Castro Eduardo Valentín con 83 y 74 menciones respectivamente, esto sugiere estrategias de comunicación bien ejecutadas que les permiten a estos candidatos mantener una presencia constante y efectiva en este medio, clave para llegar a una audiencia amplia.

Otros candidatos, como Olivas Parra Karina y González Rodríguez Estuardo, también tienen una presencia significativa en radio con 70 y 50 menciones respectivamente, sin embargo, algunos candidatos como López Soto Felipe y Almendariz Puppo Marco Antonio tienen un número relativamente bajo de menciones, con 45 y 32 respectivamente; estas diferencias en el número de menciones reflejar variaciones en los recursos disponibles, la efectividad de las

estrategias de comunicación y la relevancia de los mensajes transmitidos por cada candidato.

En televisión, la distribución de los registros es más equilibrada pero con menor número total de menciones en comparación con la radio. Montoya Terrazas Gabriela lidera con 40 menciones, seguida de Olivas Parra Karina y Saldaña Cisneros María Guadalupe con 21 y 19 menciones respectivamente. Esta distribución indica que algunos candidatos han logrado asegurar una visibilidad notable en ambos medios, aunque en televisión la competencia por el tiempo de emisión es más intensa y limitada.

Esta gráfica resalta la necesidad de una cobertura mediática que refleje de manera justa la diversidad de todos los candidatos, promoviendo así una democracia más inclusiva y equitativa.

#### h) Menciones por testigo y noticiero

La gráfica 6 muestra la cantidad de menciones por testigo y noticiero, destacando la visibilidad de las campañas electorales en distintos programas de noticias. Panorama Informativo lidera con 1288 menciones, lo que sugiere una cobertura extensiva y constante de los eventos y declaraciones de los candidatos; este nivel de cobertura puede influir en la percepción pública, ya que la audiencia recibe información frecuente y detallada sobre los actores políticos y sus actividades.

Línea en Alta Tensión (matutino) y CPS Noticias (vespertino) también tienen una presencia destacada con 660 y 377 menciones respectivamente, esta alta cantidad de menciones en estos programas indica que son plataformas importantes para la difusión de información electoral, contribuyendo significativamente a la visibilidad de los candidatos.

Otros noticieros como Sudcalifornia Hoy y Los Cabos a la Carta, aunque tienen menos menciones, aún juegan un papel relevante en la cobertura mediática de las campañas.

La gráfica destaca la importancia de programas como Panorama Informativo y Línea en Alta Tensión en la cobertura de las campañas electorales, los medios de comunicación tienen la responsabilidad de asegurar una cobertura justa y balanceada que promueva una competencia electoral equitativa y refleje la diversidad de la sociedad.

#### i) Registro por género periodístico y Fuerza Política

La gráfica 7 presenta el registro de menciones por género periodístico y fuerza política, proporcionando una visión de cómo se distribuye la cobertura mediática entre entrevistas, notas informativas, opiniones y análisis, y reportajes para las distintas fuerzas políticas; todo esto para comprender las estrategias de comunicación y la visibilidad de cada partido en los medios.

Las notas informativas son el género periodístico más utilizado, con Sigamos Haciendo Historia en Baja California Sur liderando con 1084 menciones, seguido por Juntos por BCS con 673 menciones, esta alta frecuencia de notas informativas sugiere que estos partidos han logrado mantener una presencia constante y destacada en los medios, utilizando este formato para difundir sus mensajes de manera efectiva. Las entrevistas también son un formato significativo, con Juntos por BCS y Sigamos Haciendo Historia en Baja California Sur destacando nuevamente con 503 y 401 menciones respectivamente.

En cuanto a la opinión y análisis, Sigamos Haciendo Historia en Baja California Sur y Movimiento Ciudadano tienen una notable presencia con 165 y 135 menciones

respectivamente, este género periodístico proporciona un contexto más profundo y reflexivo sobre las propuestas y acciones de los candidatos, ayudando a los votantes a formarse una opinión más informada.

Los reportajes, aunque menos frecuentes, también juegan un papel importante, con Sigamos Haciendo Historia en Baja California Sur y Juntos por BCS teniendo 20 y 10 menciones respectivamente.

#### j) Valoración de la información

La Gráfica 8 ofrece una valoración detallada de las menciones en radio y televisión de las principales fuerzas políticas en Baja California Sur, distinguiendo entre menciones positivas y negativas. La candidatura común Sigamos Haciendo Historia en Baja California Sur destaca con un total de 1456 menciones positivas, aunque también acumula 262 menciones negativas; esta combinación sugiere que esta fuerza política no solo recibe una amplia cobertura mediática, sino que además goza de una percepción generalmente favorable entre los medios.

Por su parte, Juntos por BCS también muestra una presencia significativa en los medios con 1213 menciones positivas y 151 menciones negativas, este patrón es comparable al de Sigamos Haciendo Historia en Baja California Sur, lo cual indica que ambas candidaturas comunes están sujetas a una alta exposición y escrutinio mediático. Sin embargo, la abundancia de menciones positivas sugiere que estas fuerzas políticas han sido efectivas en la comunicación de sus mensajes y han logrado establecer una conexión favorable con parte de la audiencia.

Movimiento Ciudadano, con 531 menciones positivas y 31 negativas, presenta una distribución que podría reflejar ciertos desafíos en su estrategia de comunicación o un mayor escrutinio mediático en comparación con las coaliciones líderes. La menor cantidad de menciones, tanto positivas como negativas, puede indicar una

cobertura mediática menos intensa o un enfoque más crítico por parte de los medios.

En contraste, partidos como Fuerza por México Baja California Sur y Partido Movimiento Laborista Baja California Sur, aunque tienen un menor número total de menciones, muestran una mayor proporción de menciones positivas. Este fenómeno puede sugerir una cobertura mediática más neutral o favorable hacia estos partidos, posiblemente debido a su menor protagonismo en la contienda electoral y, por ende, menor exposición a críticas y controversias.

En resumen, la gráfica ilustra no solo la cantidad de menciones recibidas por cada fuerza política, sino también la calidad de estas menciones, ofreciendo una visión integral de cómo los medios de comunicación perciben y representan a las diversas fuerzas políticas en Baja California Sur durante el periodo analizado.

#### k) Recursos técnicos utilizados para presentar la información

La Gráfica 9 presenta una distribución del tiempo dedicado a diferentes recursos técnicos en radio y televisión, diferenciando por género, observamos que el recurso solo voz es predominante en comparación con otros, alcanzando un tiempo total significativo de aproximadamente 450,000 segundos, destacando notablemente la presencia de voces masculinas en este recurso. Esta tendencia sugiere una preferencia o mayor disponibilidad de hombres para participar en programas donde el recurso técnico principal es la voz, lo cual podría reflejar desequilibrios de género en la representación mediática.

Por otro lado, el recurso voz e imagen muestra una menor diferencia de tiempo entre géneros, con un uso más equilibrado, las mujeres contribuyen 4 horas, 36 minutos mientras que los hombres participan en mayor medida en este recurso específico con 6 horas 32 segundos. Este balance más equitativo podría indicar que, aunque la voz es un recurso dominado mayoritariamente por hombres, la

combinación de voz e imagen permite una representación un poco más igualitaria de género en los medios.

Finalmente, los recursos técnicos como cita e imagen y cita audio presentan una distribución de tiempo significativamente menor en comparación con solo voz y voz e imagen. Estos recursos, aunque utilizados, tienen una presencia limitada en términos de tiempo total, y su uso por género no muestra una disparidad tan marcada. La menor cantidad de tiempo dedicado a estos recursos podría reflejar una menor relevancia o dependencia de estos formatos en la programación actual de radio y televisión, resaltando la predominancia del recurso de solo voz como el medio principal de transmisión de información en este contexto.

En resumen, la gráfica evidencia una predominancia del recurso solo voz con una notoria diferencia de género, sugiriendo posibles áreas de oportunidad para fomentar una representación más equitativa. La combinación de voz e imagen ofrece un panorama más balanceado, mientras que otros recursos técnicos tienen una menor incidencia en el tiempo total de emisión, señalando tendencias en el uso de medios que podrían ser objeto de análisis más detallado para entender sus implicaciones en la representación mediática y la equidad de género.

Por su parte en la Gráfica 10 se muestra la distribución de piezas de monitoreo por recurso técnico y género en medios de comunicación, destaca que el recurso solo voz es el más utilizado, con una clara predominancia de voces masculinas, contabilizando 742 piezas en comparación con 261 piezas de voces femeninas. Esta disparidad sugiere una mayor presencia de hombres en programas de radio y televisión donde el recurso principal es la voz, lo cual muestra el desequilibrio de género en este tipo de formatos.

En cuanto al recurso voz e imagen, se observa una participación más equilibrada entre géneros, con 104 piezas para mujeres y 198 piezas para hombres, esta paridad sugiere que la combinación de voz e imagen permite una representación

más equitativa de género, facilitando una mayor inclusión de mujeres en programas donde se requiere tanto la voz como la imagen. Este recurso podría estar desempeñando un papel importante en la reducción de la brecha de género en los medios de comunicación.

Otros recursos técnicos, como cita e imagen, cita y voz y solo cita, tienen un uso significativamente menor en términos de piezas de monitoreo. Por ejemplo, el recurso cita e imagen muestra 114 piezas para mujeres y 108 para hombres, mientras que cita y voz tiene 2 piezas para mujeres y 41 para hombres. Estos recursos, aunque utilizados, tienen una menor incidencia en comparación con solo voz y voz e imagen, y su uso más equilibrado entre géneros sugiere que no contribuyen significativamente a la disparidad observada en otros recursos. Esto podría reflejar una tendencia en la programación de medios a centrarse más en formatos que combinan voz e imagen para lograr una mayor equidad de género.

En resumen, la gráfica resalta la predominancia del recurso solo voz con una notable diferencia de género, indicando áreas de mejora para una representación más equitativa, la combinación de voz e imagen ofrece un panorama más balanceado, mientras que otros recursos técnicos tienen una menor incidencia en el total de piezas de monitoreo, sugiriendo que los medios de comunicación pueden beneficiarse de estrategias que promuevan la igualdad de género en todos los formatos.

#### l) Ubicación de la nota

En la Gráfica 11 se muestra la ubicación de las notas en radio y televisión, diferenciando entre menciones al inicio, sin relación al resumen introductorio y vinculado al resumen introductorio, esta distribución nos ofrece una visión clara de cómo se priorizan las noticias en los medios y cómo esto podría afectar la percepción del público.

Se aprecia que la principal ubicación en sin relación con el resumen introductorio contando con 1564 para radio y 923 para televisión, siendo este el momento más utilizado para hacer menciones o insertar las notas. En segundo lugar, es todo lo que esté vinculado al resumen introductorio con 1179 menciones en radio y 118 en televisión, permitiendo a los medios distribuirlas más equitativamente a lo largo del programa.

Finalmente, presentado en el resumen introductorio son considerablemente menores en todos los casos, con solo 62 menciones en televisión y 196 en radio, esta ubicación podría afectar la percepción de importancia de estas noticias, haciendo que parezcan menos relevantes o urgentes para la audiencia.

En resumen, la gráfica ilustra cómo la ubicación de las notas en la programación de radio y televisión puede influir en la percepción pública de su importancia, asegurando la atención inmediata de la audiencia, lo que refleja estrategias editoriales y prioridades mediáticas en la construcción de la agenda pública.

En la gráfica 12 se muestra la distribución de los segmentos de tiempo en los que se presentó la información en radio y televisión, proporcionando una visión detallada de cómo se programan los contenidos mediáticos a lo largo del día, lo que sirve para entender la estrategia de los medios en la difusión de noticias y su posible impacto en la audiencia.

Observamos que el segmento de tiempo de las 30 a 60 es el más utilizado para presentar información, con un total de 1247 menciones de las cuales 780 son de radio y 467 de televisión, la alta concentración de noticias en este período sugiere que los medios buscan maximizar el alcance y la atención de la audiencia durante estas horas.

El segundo segmento más destacado es del minuto 120 a 180, con 589 menciones de las cuales solo 2 corresponden a televisión y el resto son para radio, este es un horario, cuando la audiencia potencial es alta debido a que muchas personas están en casa y pueden dedicar tiempo a ver o escuchar las noticias. La importancia de este segmento refleja la estrategia de los medios para difundir noticias importantes y captar la atención de la audiencia en un momento en que es más probable que estén disponibles.

Finalmente, los segmentos de tiempo, específicamente primeros 5 minutos, del minuto 5 al 15 y del 15 al 30, también muestran una presencia aunque menor con 270, 336 y 547 menciones, respectivamente. La distribución equilibrada de menciones a lo largo del día indica un esfuerzo de los medios por mantener informada a la audiencia en diferentes momentos, asegurando así una cobertura continua y accesible.

En resumen, la gráfica revela que los medios de comunicación estructuran estratégicamente la difusión de información a lo largo del programa para maximizar el impacto y el alcance, los segmentos del minuto 30-60 y 120-180 minutos respectivamente, reflejando cuando es que se presenta la información con mayor recurrencia. Esta distribución asegura una presencia mediática constante y efectiva, permitiendo a los medios influir en la percepción pública y mantener la relevancia de sus contenidos.

Entre los minutos 5 y 15, la televisión presenta 99 menciones y la radio 40 menciones, siendo relevante que aun con su formato más continuo y flexible, es ese primer medio el que parece aprovechar este segmento para mantener a su audiencia informada sobre las actividades y novedades electorales, lo que puede aumentar la visibilidad de las campañas.

En los segmentos de tiempo posteriores, como del minuto 15 al 30 y del minuto 30

al 60, tanto la televisión como la radio muestran una presencia significativa. La televisión tiene 208 menciones en el primer segmento y 200 en el segundo, mientras que la radio cuenta con 208 y 254 menciones respectivamente. Esta distribución sugiere que ambos medios utilizan estos periodos para profundizar en la información, ofreciendo análisis más detallados y cobertura extendida.

En los segmentos de tiempo más largos, del minuto 60 al 90 y del minuto 90 al 120, la presencia de menciones disminuye para la televisión registrando solo 7 menciones cada una en el primer segmento. Sin embargo, en el periodo del minuto 120 al 180, la radio vuelve a mostrar una notable presencia con 282 menciones, comparado con ninguna en la televisión. Este patrón indica que la radio continúa proporcionando cobertura electoral durante períodos más largos, manteniendo a su audiencia informada de manera constante.

En resumen, la gráfica revela que la radio tiende a proporcionar una cobertura más extensa y continua de la información electoral en comparación con la televisión, la ubicación temporal de la información en los programas puede influir significativamente en la visibilidad y percepción pública de las campañas, afectando el alcance y el impacto de los mensajes.

La Gráfica 13 ilustra el uso de recursos técnicos para presentar información por diferentes fuerzas políticas en radio y televisión, esto con el fin de comprender las estrategias mediáticas de cada partido y su efectividad en comunicar sus mensajes a la audiencia.

Sigamos Haciendo Historia en Baja California Sur destaca por su uso predominante del recurso solo voz, con 1190 menciones, seguido de 279 menciones de voz e imagen, este patrón indica una fuerte presencia en formatos de audio, lo que podría deberse a una estrategia enfocada en captar la atención de la audiencia a través

de programas de radio o segmentos de televisión donde la voz es el principal medio de comunicación; esto sugiere un esfuerzo por complementar el mensaje con elementos visuales, ampliando su impacto.

Por su parte Juntos por BCS utiliza los recursos de solo voz y voz e imagen, con 1021 y 168 menciones respectivamente de forma menor, cuenta con una estrategia mediática versátil que busca aprovechar tanto el alcance del audio como el impacto visual para comunicar sus mensajes buscando un enfoque integral para asegurar que su comunicación sea efectiva en diversos formatos mediáticos, captando la atención de una audiencia amplia y diversa, pero no tan efectiva como la fuerza política de Sigamos Haciendo Historia en Baja California Sur.

Por otro lado, Movimiento Ciudadano y otras fuerzas políticas como Fuerza por México Baja California Sur y Partido Movimiento Laborista Baja California Sur tienen una presencia más modesta en comparación con las principales coaliciones. Movimiento Ciudadano cuenta con 411 menciones de solo voz y 79 de voz e imagen, mientras que las otras fuerzas políticas muestran números significativamente menores en todos los recursos técnicos. Esta menor cantidad de menciones podría reflejar limitaciones en sus estrategias de comunicación o una menor prioridad mediática, lo que impacta en su capacidad para influir en la percepción pública.

En resumen, la gráfica revela cómo las diferentes fuerzas políticas en Baja California Sur utilizan diversos recursos técnicos para presentar su información en radio y televisión. La predominancia del recurso solo voz sugiere una fuerte dependencia de formatos de audio, mientras que el uso de voz e imagen complementa esta estrategia, permitiendo una comunicación más completa y efectiva. Las diferencias en la cantidad de menciones entre las fuerzas políticas reflejan variaciones en sus estrategias mediáticas y su capacidad para llegar a la audiencia a través de diferentes medios.

## **Género, inclusión y no discriminación**

La cantidad de menciones por género del actor político en los medios de comunicación durante el proceso electoral, como se muestra en la gráfica 14, que nos muestra que los hombres representan el 73% de las menciones y las mujeres el 27%, lo que revela una disparidad significativa en la cobertura mediática basada en el género, esta diferencia sugiere una subrepresentación de las mujeres en la esfera política y mediática, lo que puede tener implicaciones importantes en términos de visibilidad y percepción pública.

La predominancia de menciones masculinas indica que los hombres continúan ocupando un espacio desproporcionadamente mayor en el discurso político mediático. Esta situación puede deberse a varios factores, incluyendo la dominancia histórica de los hombres en puestos de poder y decisión, y los posibles sesgos de los medios que favorecen la cobertura de figuras políticas masculinas. Esta desigualdad en la representación no solo afecta la percepción pública de las capacidades y roles de las mujeres en la política, sino que también puede influir en la participación femenina en futuros procesos electorales.

Además, la menor proporción de menciones femeninas refleja desafíos persistentes que enfrentan las mujeres en la política, tales como el acceso desigual a plataformas mediáticas y la menor cobertura de sus actividades y propuestas. Esta falta de visibilidad puede limitar el impacto en la agenda política y su capacidad para influir en el electorado.

Finalmente, para avanzar hacia una representación mediática más equitativa, es esencial implementar políticas y prácticas que fomenten la cobertura igualitaria de actores políticos de todos los géneros. Esto incluye capacitar a periodistas y editores en perspectiva de género, promover la inclusión de voces femeninas en todas las

etapas del proceso informativo y asegurar que las mujeres reciban una cobertura justa y equitativa. Solo a través de un esfuerzo concertado para equilibrar la representación mediática podremos contribuir a una democracia más inclusiva y representativa.

Conocer el tiempo dedicado por los medios de comunicación a los diferentes actores políticos, diferenciando por género y tipo de medio, en radio y televisión permite entender cómo se distribuye la atención mediática y cómo esto puede influir en la percepción pública durante un proceso electoral.

En la gráfica 15 observamos que la radio es el medio que dedica la mayor cantidad de tiempo a los actores políticos, con una diferencia significativa entre géneros, los hombres reciben un total de 3291 minutos de cobertura, mientras que las mujeres obtienen 1074 minutos. Esta disparidad en la radio destaca una brecha considerable en la visibilidad mediática, La menor cobertura puede limitar las oportunidades de las candidatas para comunicar sus propuestas y conectar con el electorado.

En televisión, aunque el tiempo total de cobertura es menor en comparación con la radio, se mantiene una tendencia similar. Los hombres reciben 628 minutos de cobertura, mientras que las mujeres reciben 506 minutos; aunque la diferencia no es tan pronunciada como en la radio, sigue reflejando una desigualdad en la representación mediática.

Esta menor visibilidad en televisión puede impactar la capacidad de las mujeres para ser percibidas como candidatas viables y competentes, afectando sus posibilidades de éxito en el proceso electoral. La gráfica 15 nos muestra que, independientemente del medio, existe una tendencia a priorizar la cobertura de actores políticos masculinos sobre las mujeres.

Si a esto sumamos el tipo de valoración por género del actor político, diferenciando entre menciones positivas y negativas podremos tener un panorama más amplio de lo que sucedió en radio y televisión en este periodo que se reporta, como se muestra en la gráfica 16. Los hombres tienen un total de 366 menciones negativas y 2579 menciones positivas, lo que indica una percepción mediática predominantemente favorable. Esta alta cantidad de menciones positivas sugiere que los actores políticos masculinos están logrando mantener una imagen pública favorable y, posiblemente, una mayor conexión con el electorado a través de los medios.

En contraste, las mujeres tienen 120 menciones negativas y 976 menciones positivas, aunque las menciones positivas superan a las negativas, la cantidad total de menciones es significativamente menor en comparación con los hombres; esta disparidad, como hemos mencionado antes, puede reflejar una menor visibilidad mediática para las mujeres lo que puede limitar su capacidad para comunicar sus mensajes y consolidar su imagen pública.

En conclusión, las 3 gráficas previas resaltan la necesidad de una cobertura mediática más equilibrada y equitativa entre géneros, las diferencias en la valoración y visibilidad mediática pueden influir en la percepción pública y en las oportunidades electorales de las mujeres. Es esencial que los medios de comunicación trabajen para asegurar una representación justa y equitativa, promoviendo así una democracia inclusiva que refleje la diversidad de la sociedad y permita que todas las voces sean escuchadas y valoradas.

## ANEXOS

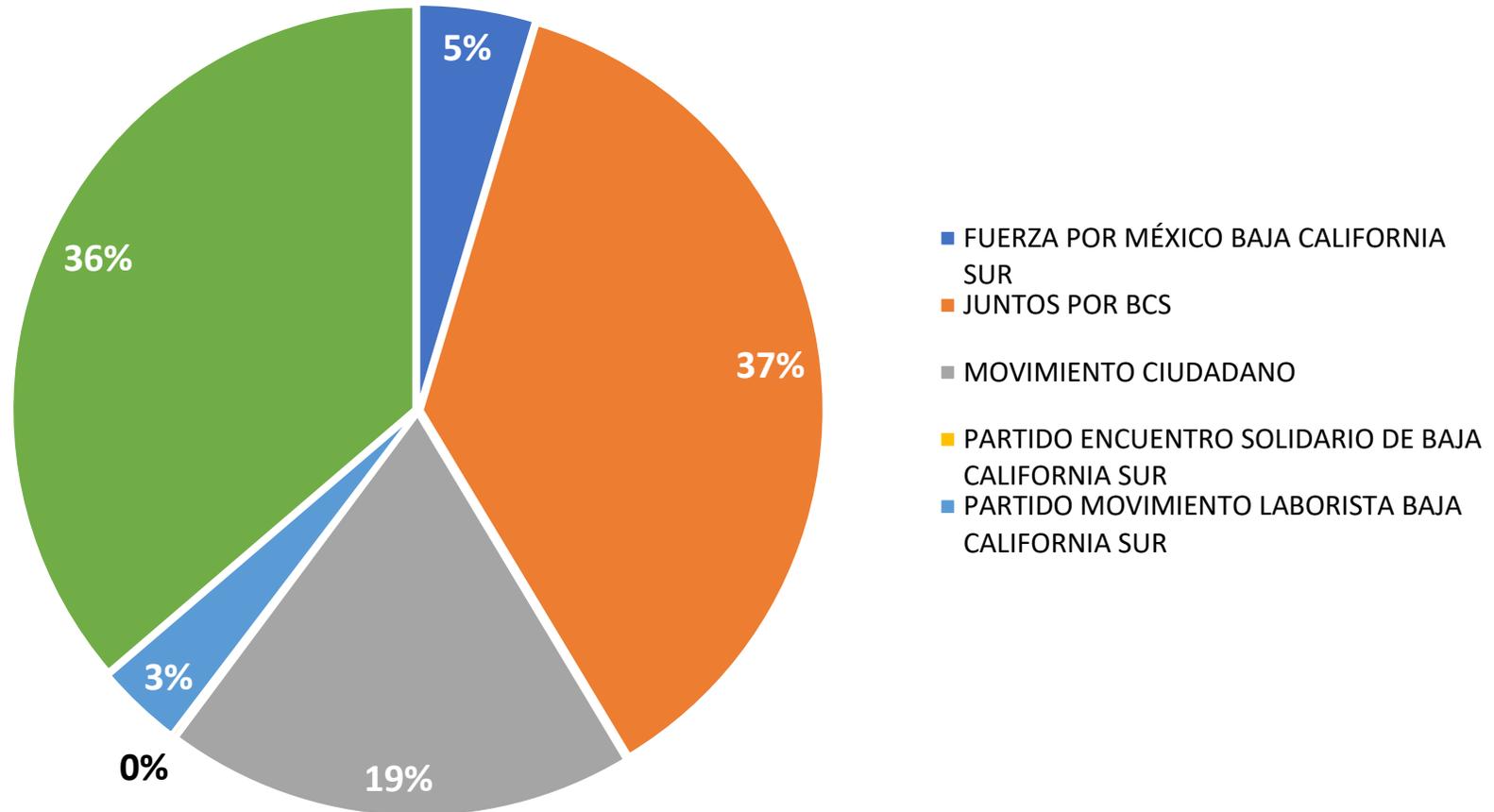
Tabla 1: Tiempos monitoreados y dedicados por tipo de programa radio y televisión

Tiempo	Radio	Televisión	Total
<b>Dedicado</b>	22:16:16	5:49:18	28:05:34
Entrevista	16:13:33	2:54:19	19:07:52
Nota informativa	4:45:07	2:50:17	7:35:24
Opinión y análisis	1:17:36	0:00:00	1:17:36
Reportaje	0:00:00	0:04:42	0:04:42
<b>Monitoreado</b>	2362:15:00	657:30:00	3019:45:00
Entrevista	1311:45:00	62:30:00	1374:15:00
Nota informativa	806:00:00	561:00:00	1367:00:00
Opinión y análisis	244:30:00	0:00:00	244:30:00
Reportaje	0:00:00	34:00:00	34:00:00
<b>Porcentaje</b>			
<b>T.D. / T.M.</b>	<b>0.94%</b>	<b>0.89%</b>	<b>0.93%</b>
Entrevista	1.24%	4.65%	1.39%
Nota informativa	0.59%	0.51%	0.56%
Opinión y análisis	0.53%	0.00%	0.53%
Reportaje	0.00%	0.23%	0.23%

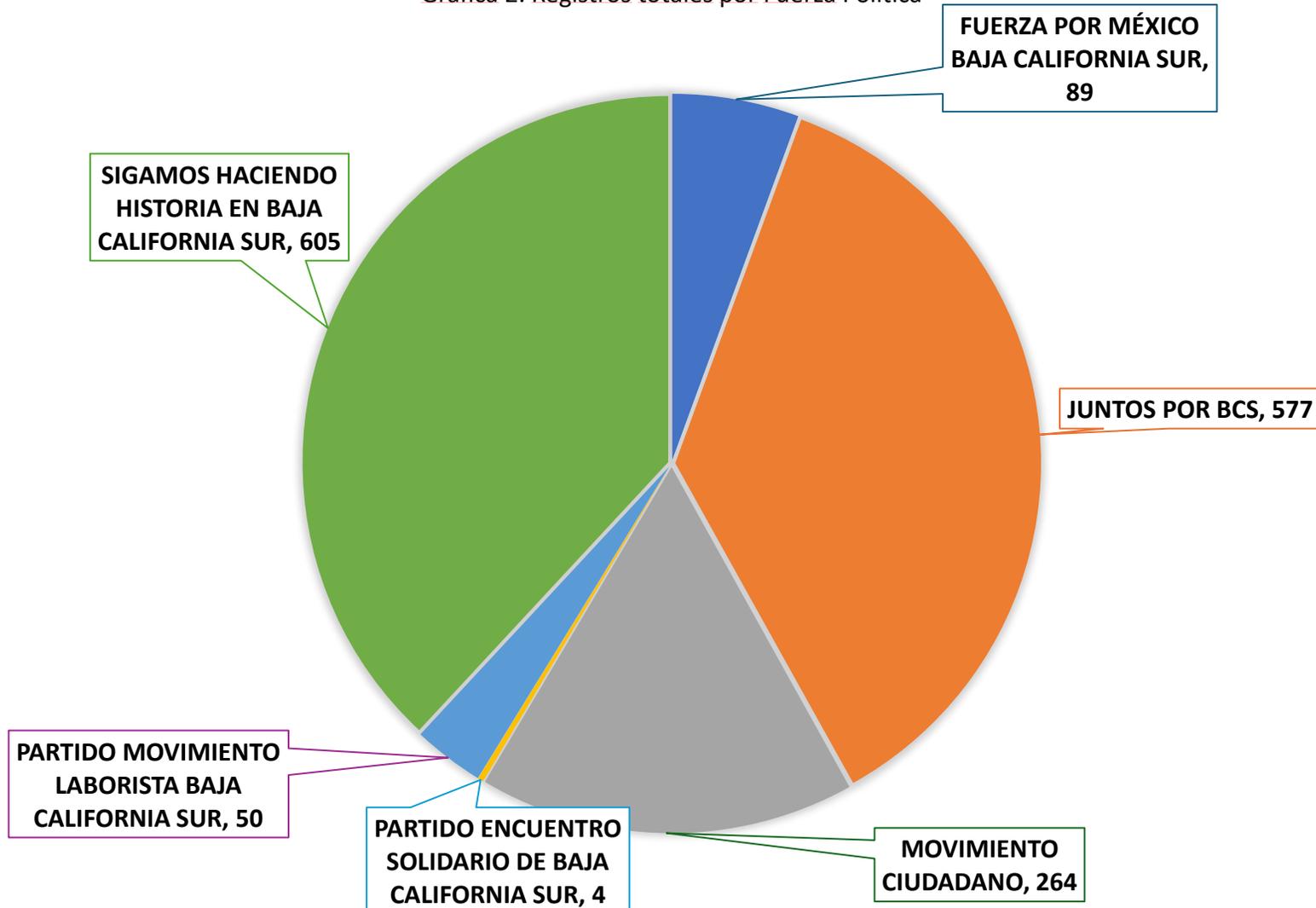
Tabla 2. Tiempo dedicado y tiempo monitoreado

Medio	Monitoreado	Total	Medio	Dedicado	Total
Radio	23:32:26	80%	Radio	2491:45:00	80%
Tv	5:49:11	20%	Tv	631:00:00	20%
<b>Total</b>	<b>29:21:37</b>	<b>100%</b>	<b>Total</b>	<b>3122:45:00</b>	<b>100%</b>

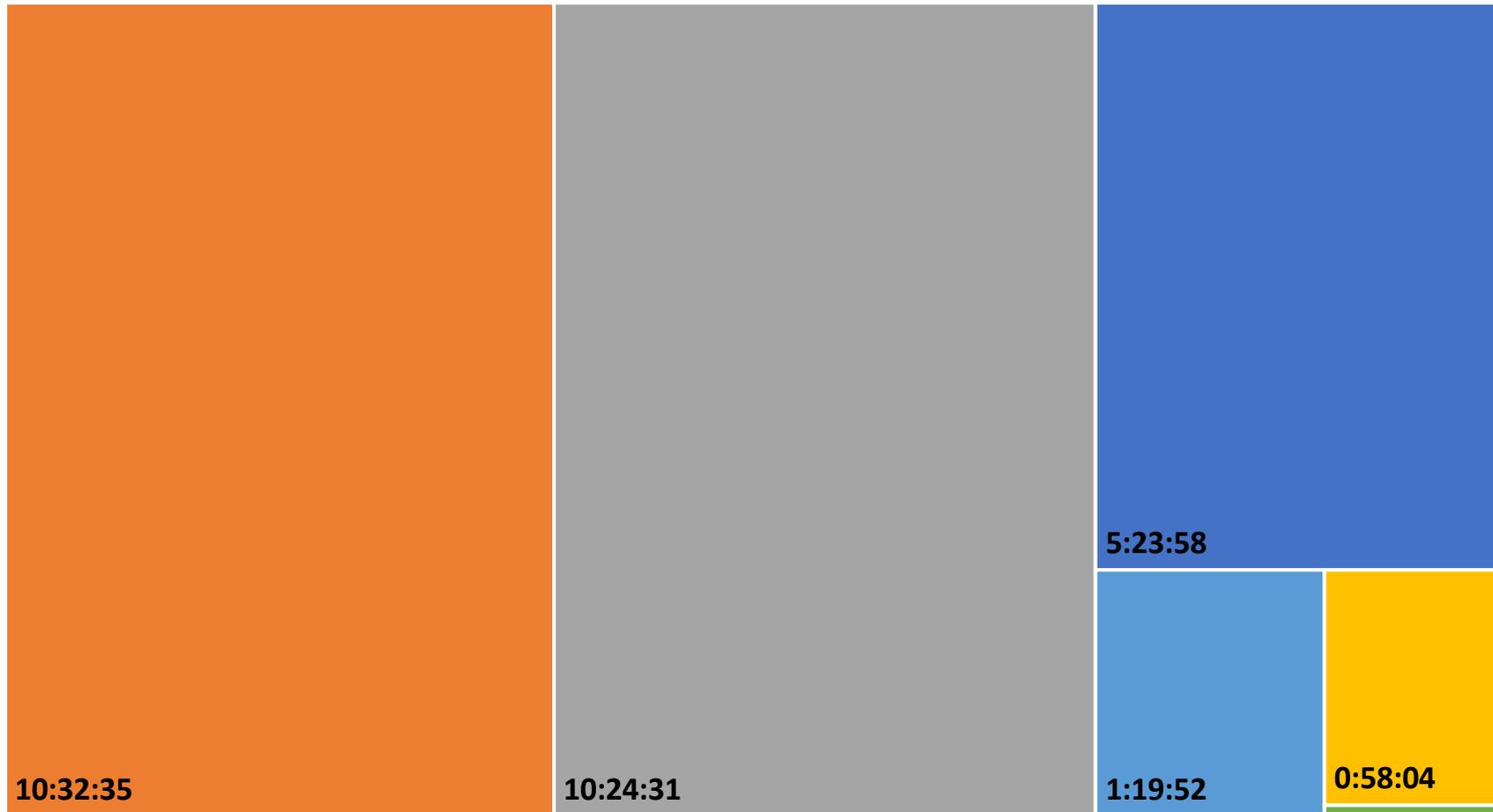
Gráfica 1. Tiempo total por Fuerza Política



Gráfica 2. Registros totales por Fuerza Política



### Tiempo dedicado por partido politico o coalicion en radio y television



■ MOVIMIENTO CIUDADANO

■ JUNTOS POR BCS

■ SIGAMOS HACIENDO HISTORIA EN BAJA CALIFORNIA SUR

■ PARTIDO MOVIMIENTO LABORISTA BAJA CALIFORNIA SUR

■ FUERZA POR MÉXICO BAJA CALIFORNIA SUR

■ PARTIDO ENCUENTRO SOLIDARIO DE BAJA CALIFORNIA SUR

Tabla 4. Tiempo y porcentaje de transmisión por candidatura

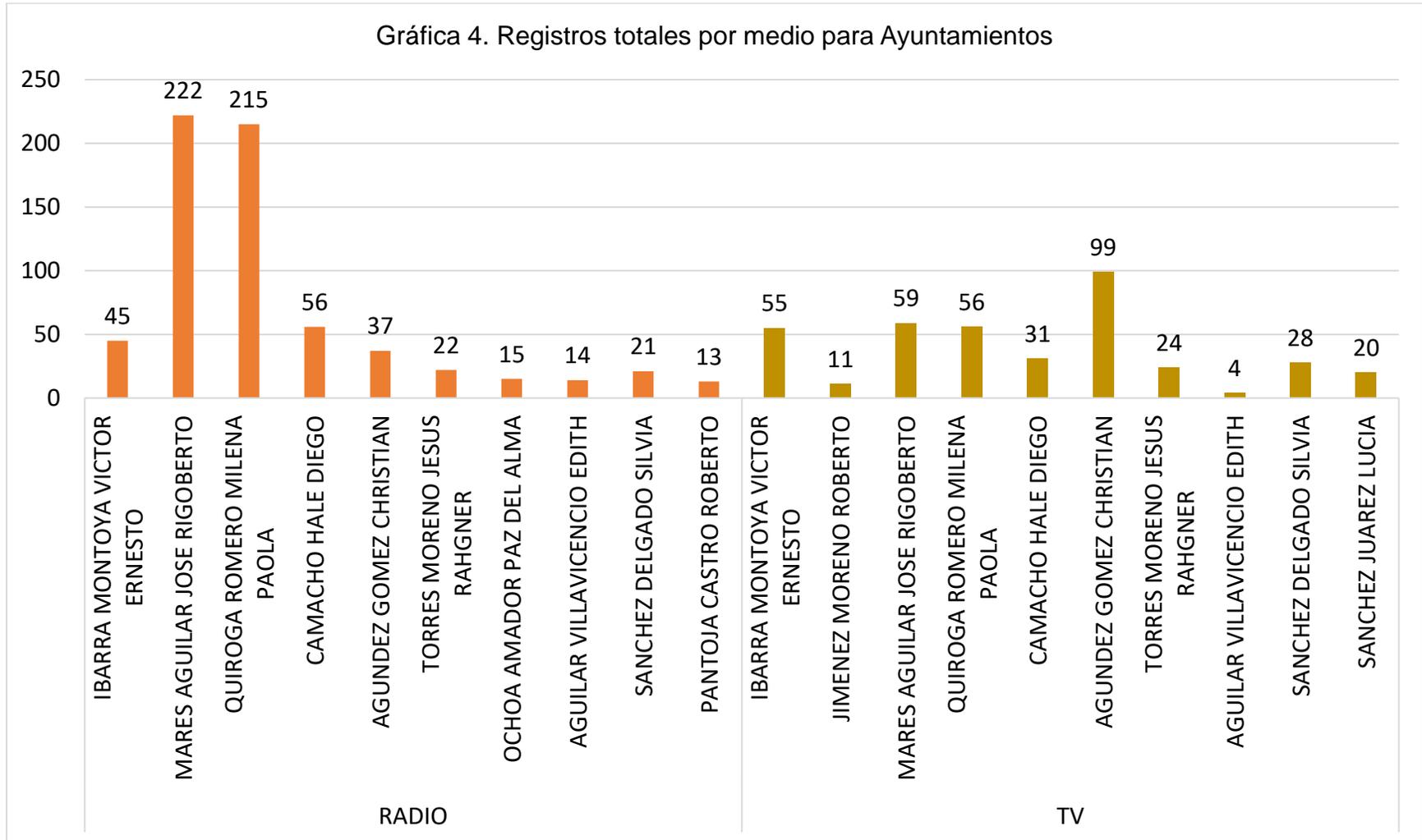
### Diputada/o propietaria/o

Persona Candidata	Tiempo	%
<b>Radio</b>	<b>5:46:49</b>	<b>71.01%</b>
Saldaña Cisneros Maria Guadalupe	0:29:26	6.03%
Olivas Parra Karina	0:43:30	8.91%
Soto Camacho Elva Celia	0:31:59	6.55%
Lopez Soto Felipe	0:34:14	7.01%
Montoya Terrazas Gabriela	0:23:47	4.87%
Almendariz Puppo Marco Antonio	0:28:10	5.77%
Bustamante Alcalde Amelia Leticia	1:12:01	14.74%
Gonzalez Rodriguez Estuardo	0:24:04	4.93%
Verduzco Murguía Luis Carlos	0:24:10	4.95%
Navarro Hidalgo Luis	0:35:28	7.26%
<b>Televisión</b>	<b>2:21:37</b>	<b>28.99%</b>
Saldaña Cisneros Maria Guadalupe	0:10:22	2.12%
Olivas Parra Karina	0:16:34	3.39%
Guluarte Ceseña Sergio	0:08:50	1.81%
Soto Camacho Elva Celia	0:18:08	3.71%
Lopez Soto Felipe	0:12:46	2.61%
Montoya Terrazas Gabriela	0:14:59	3.07%
Almendariz Puppo Marco Antonio	0:24:26	5.00%
Lucero Meza Luis Enrique	0:21:45	4.45%
Zumaya Montaña Jose Anselmo	0:07:24	1.52%
Sanchez Garcia Alina Guadalupe	0:06:23	1.31%
<b>Total</b>	<b>8:08:26</b>	<b>100.00%</b>

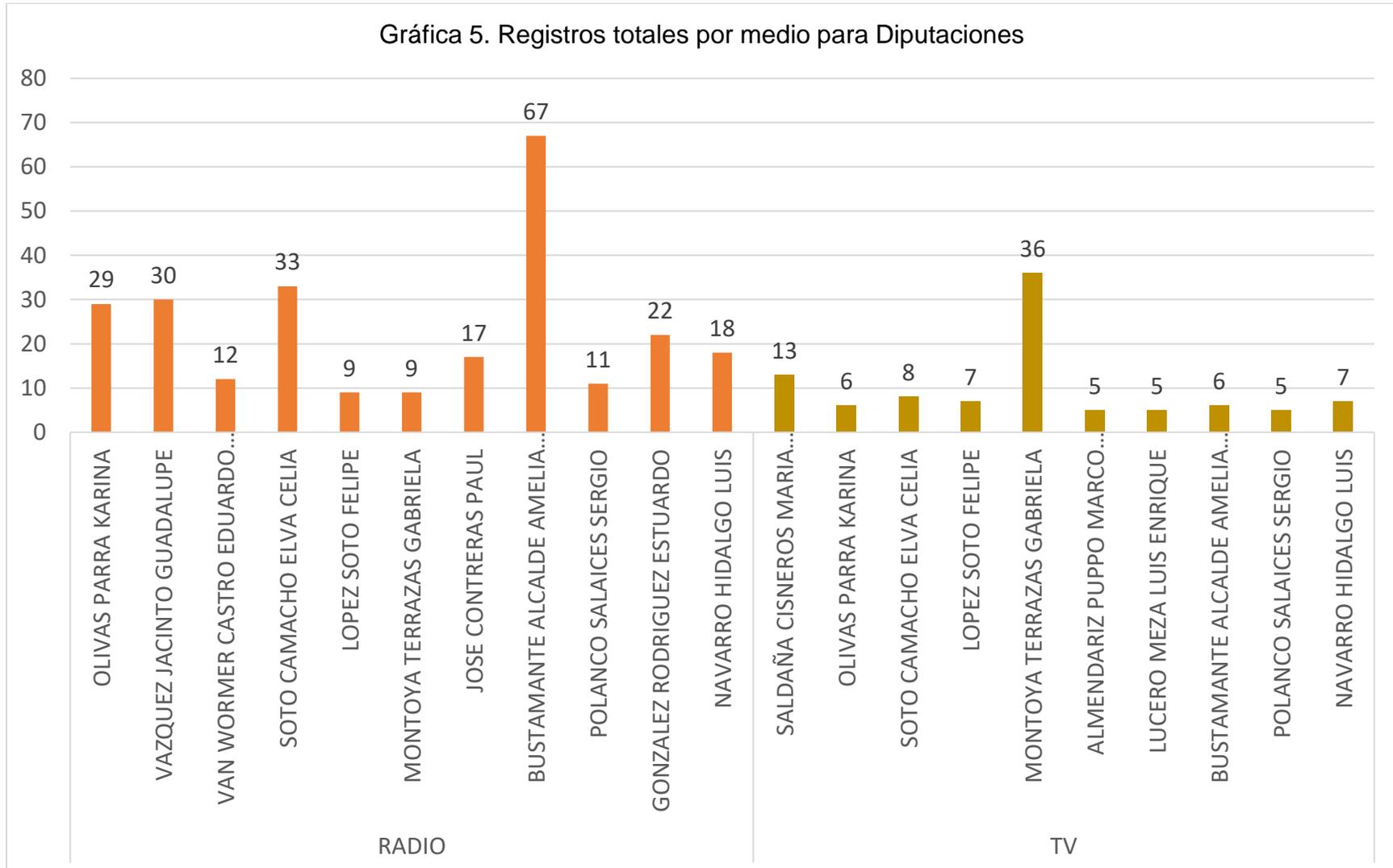
### Ayuntamiento

Persona Candidata	Tiempo	%
<b>Radio</b>	<b>15:26:08</b>	<b>82.93%</b>
Ibarra Montoya Victor Ernesto	0:48:31	4.34%
Mares Aguilar Jose Rigoberto	4:45:10	25.54%
Quiroga Romero Milena Paola	5:24:34	29.06%
Camacho Hale Diego	1:50:07	9.86%
Agúndez Gomez Christian	0:52:15	4.68%
Torres Moreno Jesus Rahgner	0:47:44	4.27%
Ochoa Amador Paz Del Alma	0:12:38	1.13%
Sanchez Delgado Silvia	0:19:34	1.75%
Sanchez Juarez Lucia	0:11:17	1.01%
Ruiz Burquez Adriana Guadalupe	0:14:18	1.28%
<b>Televisión</b>	<b>3:10:35</b>	<b>17.07%</b>
Ibarra Montoya Victor Ernesto	0:17:10	1.54%
Jimenez Moreno Roberto	0:03:40	0.33%
Mares Aguilar Jose Rigoberto	0:53:01	4.75%
Quiroga Romero Milena Paola	0:50:11	4.49%
Camacho Hale Diego	0:09:57	0.89%
Agúndez Gomez Christian	0:25:27	2.28%
Torres Moreno Jesus Rahgner	0:01:39	0.15%
Aguilar Villavicencio Edith	0:10:09	0.91%
Sanchez Delgado Silvia	0:06:38	0.59%
Sanchez Juarez Lucia	0:12:43	1.14%
<b>Total</b>	<b>18:36:43</b>	<b>100.00%</b>

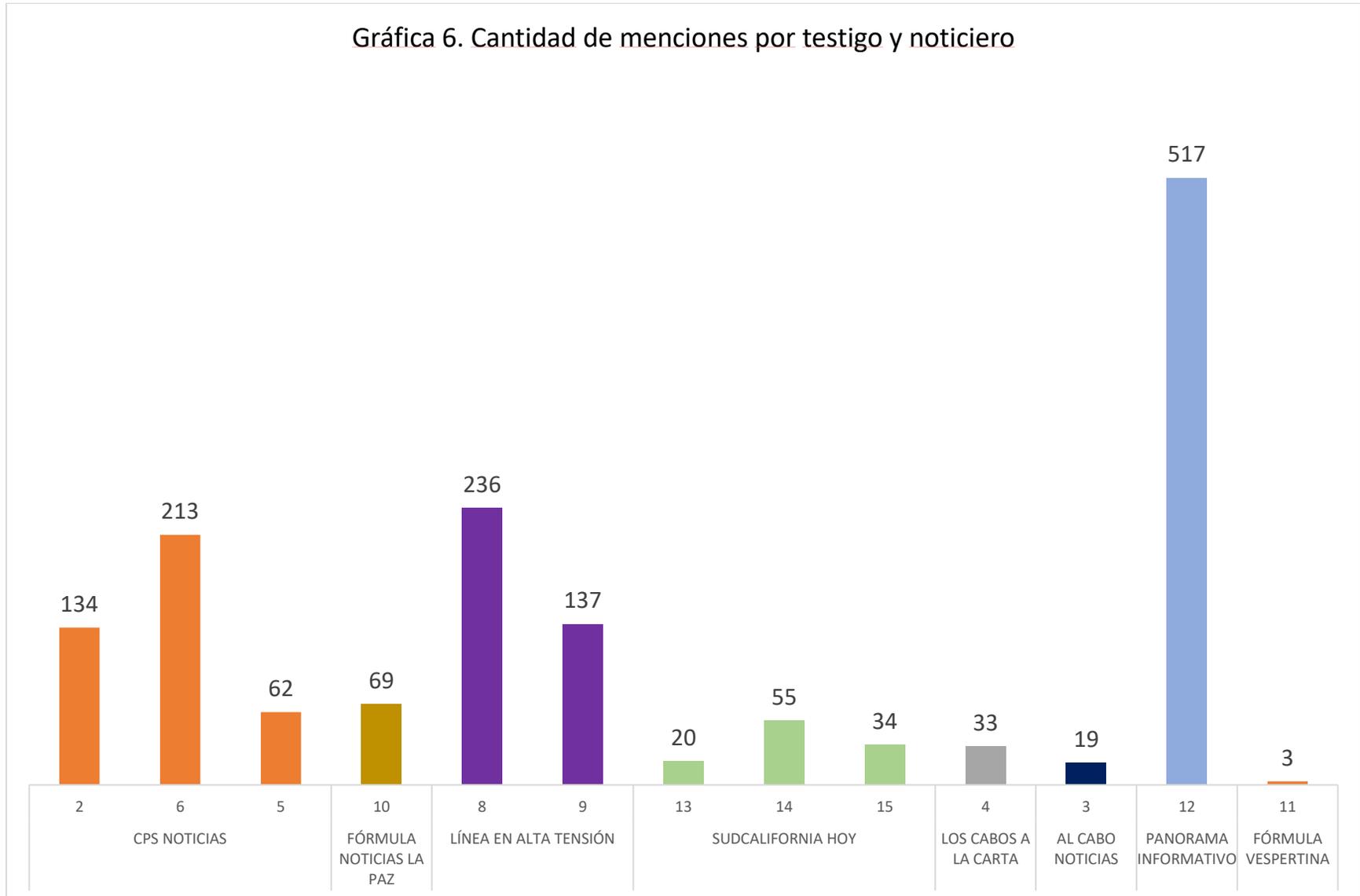
Gráfica 4. Registros totales por medio para Ayuntamientos



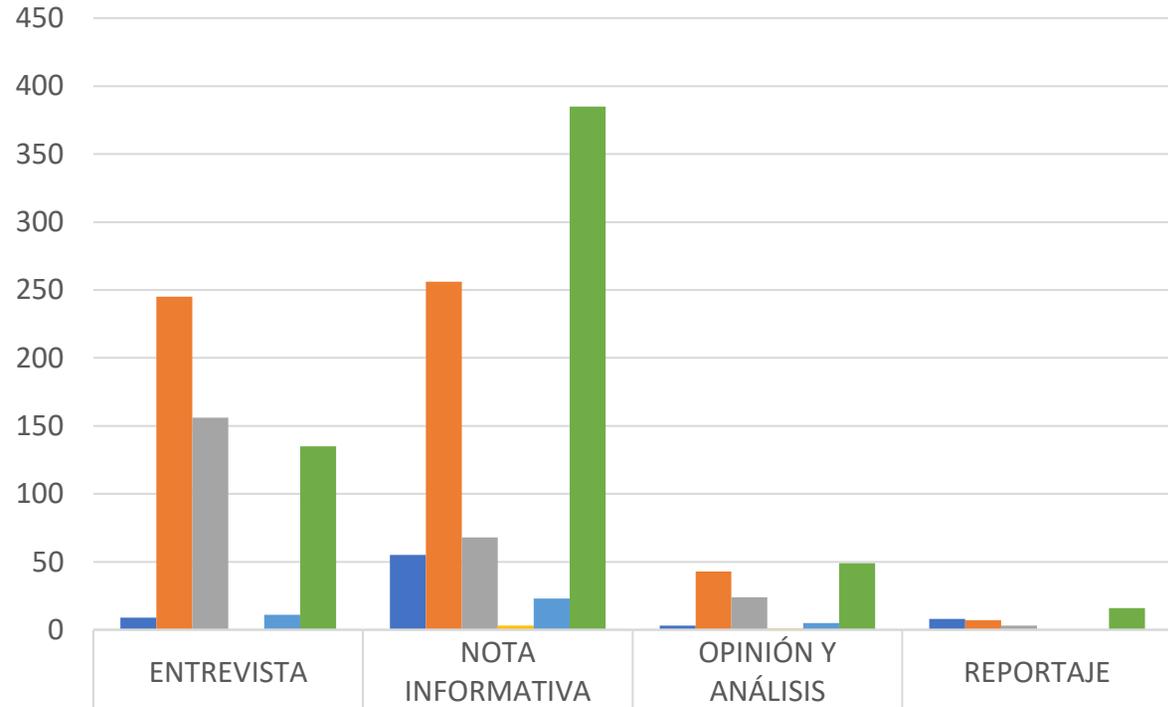
Gráfica 5. Registros totales por medio para Diputaciones



Gráfica 6. Cantidad de menciones por testigo y noticiero

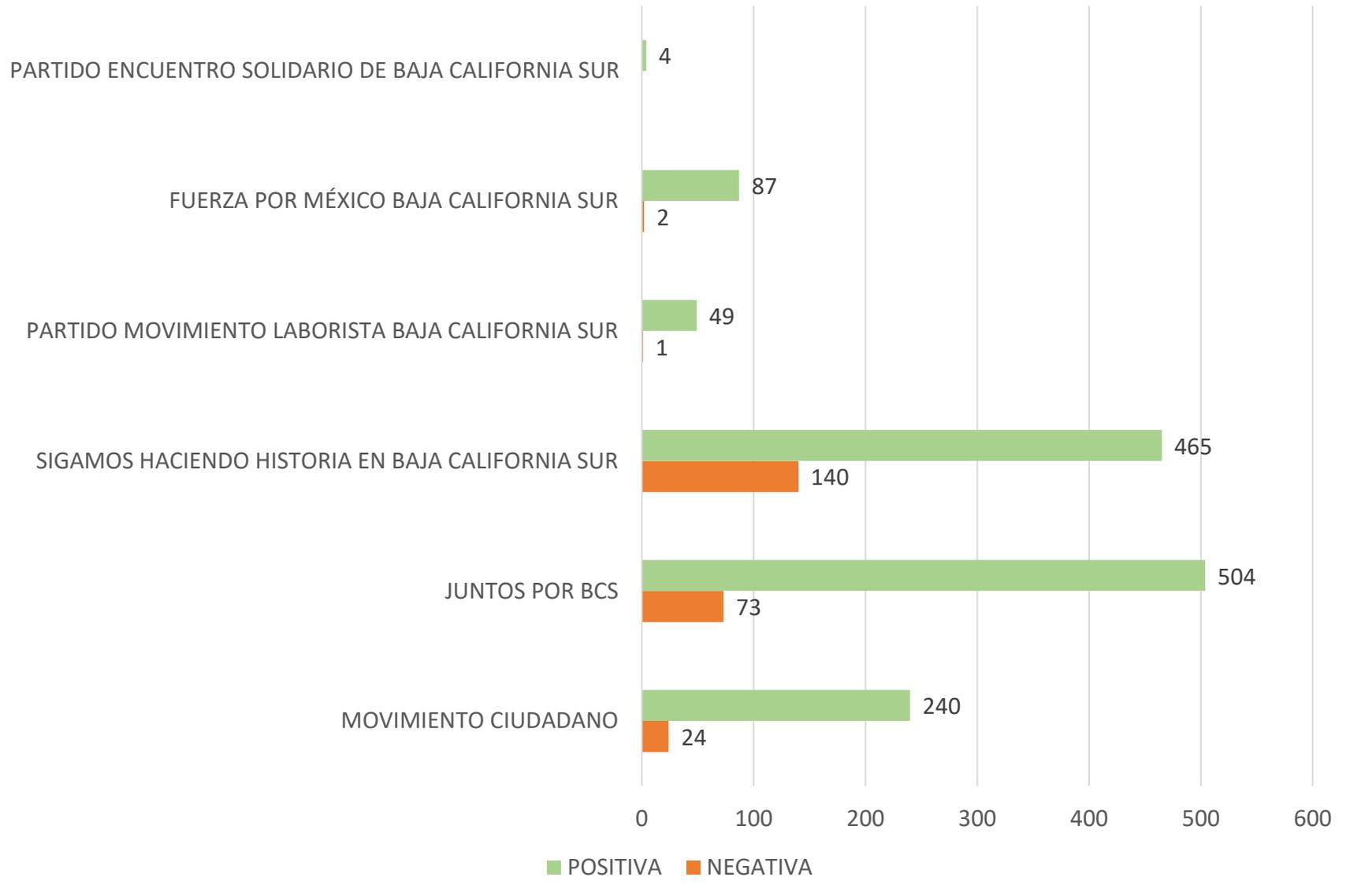


Gráfica 7. Registro por género periodístico y Fuerza Política

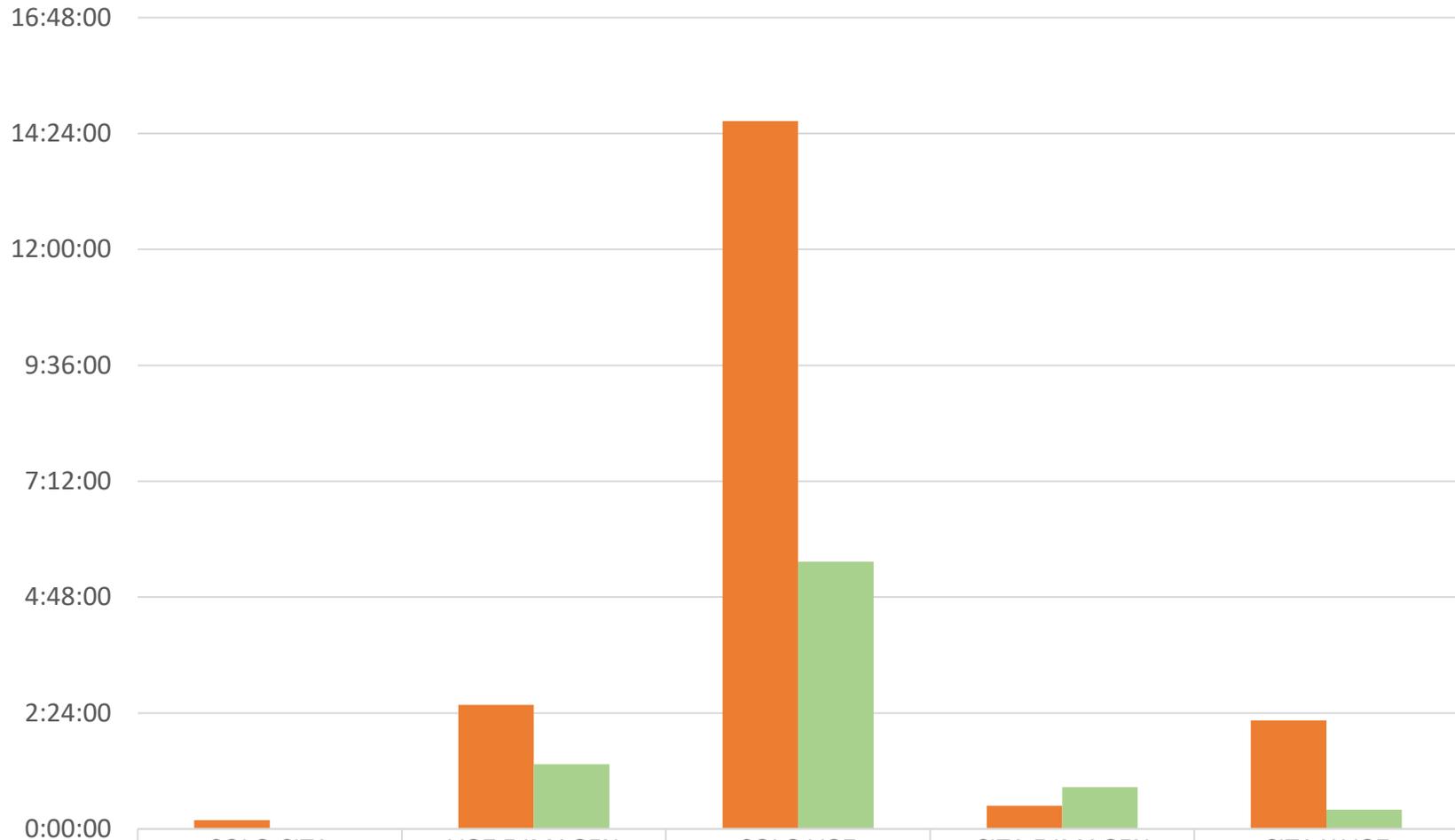


	ENTREVISTA	NOTA INFORMATIVA	OPINIÓN Y ANÁLISIS	REPORTAJE
■ FUERZA POR MÉXICO BAJA CALIFORNIA SUR	9	55	3	8
■ JUNTOS POR BCS	245	256	43	7
■ MOVIMIENTO CIUDADANO	156	68	24	3
■ PARTIDO ENCUENTRO SOLIDARIO DE BAJA CALIFORNIA SUR		3	1	
■ PARTIDO MOVIMIENTO LABORISTA BAJA CALIFORNIA SUR	11	23	5	
■ SIGAMOS HACIENDO HISTORIA EN BAJA CALIFORNIA SUR	135	385	49	16

Gráfica 8. Valoración por Fuerza Política en radio y televisión

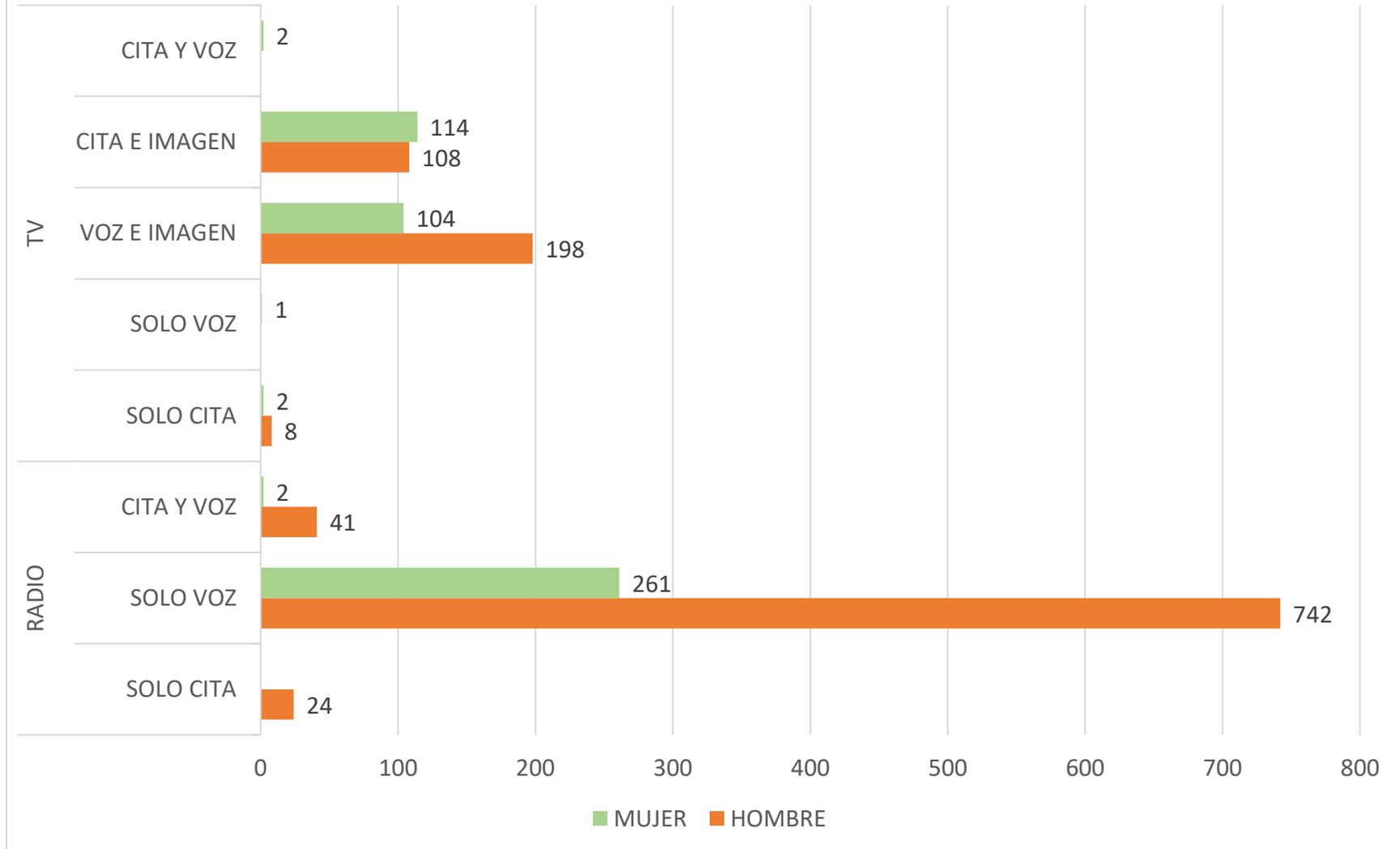


Gráfica 9. Tiempo por recurso técnico por género (tiempo)

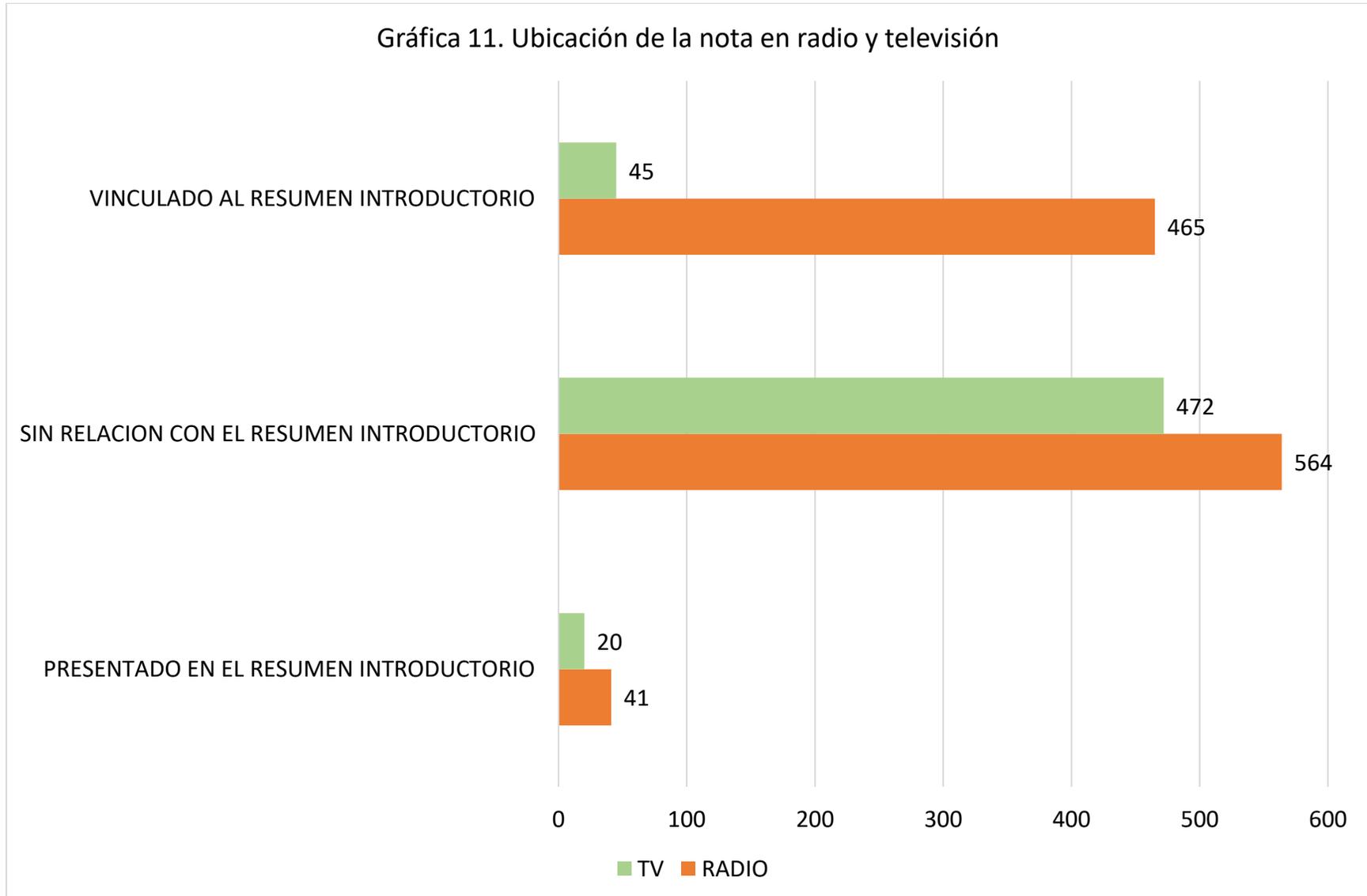


■ HOMBRE	0:10:42	2:34:10	14:39:17	0:28:49	2:14:46
■ MUJER	0:00:04	1:20:14	5:32:03	0:51:48	0:23:57

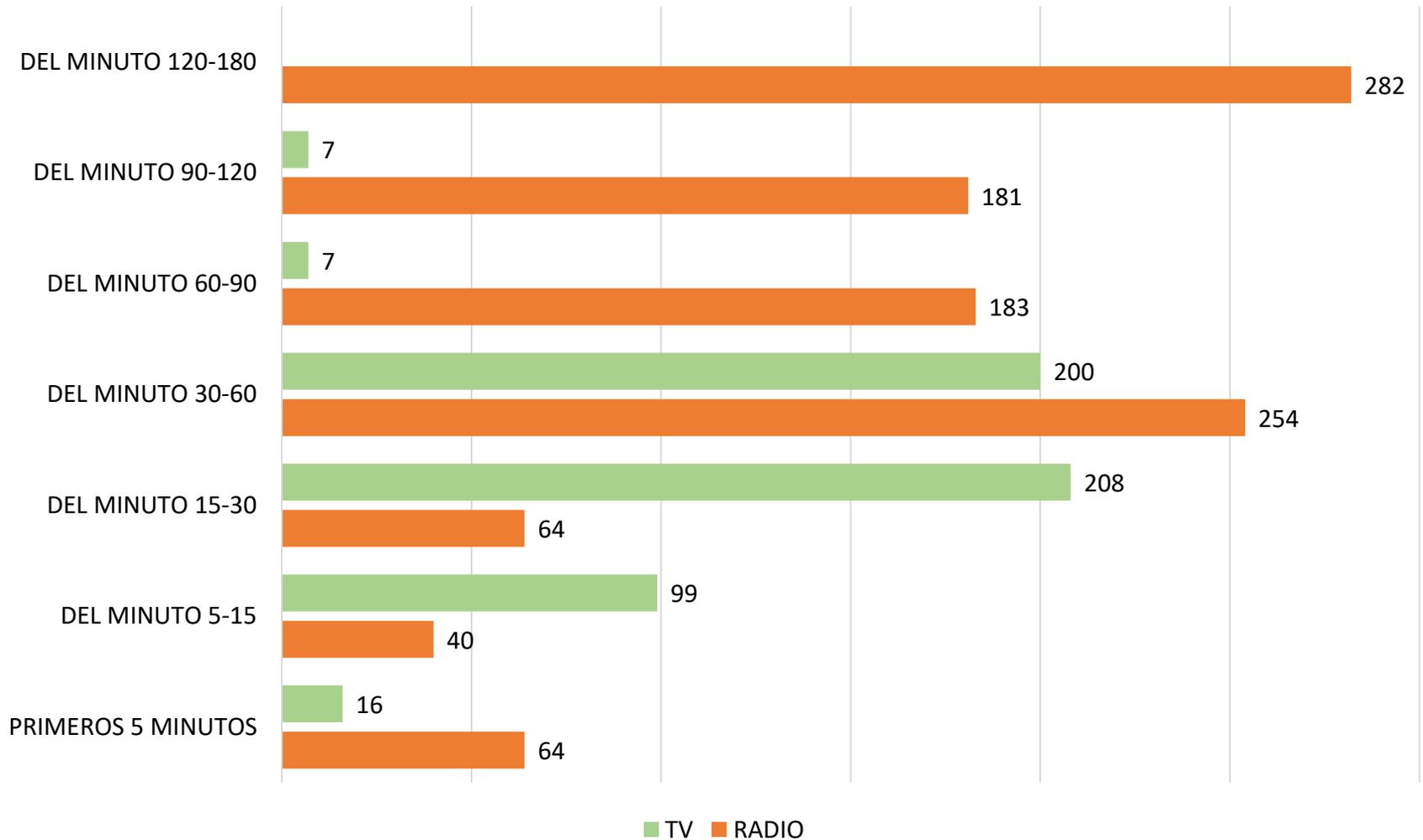
Grafica 10. Piezas de monitoreo por recurso técnico por género



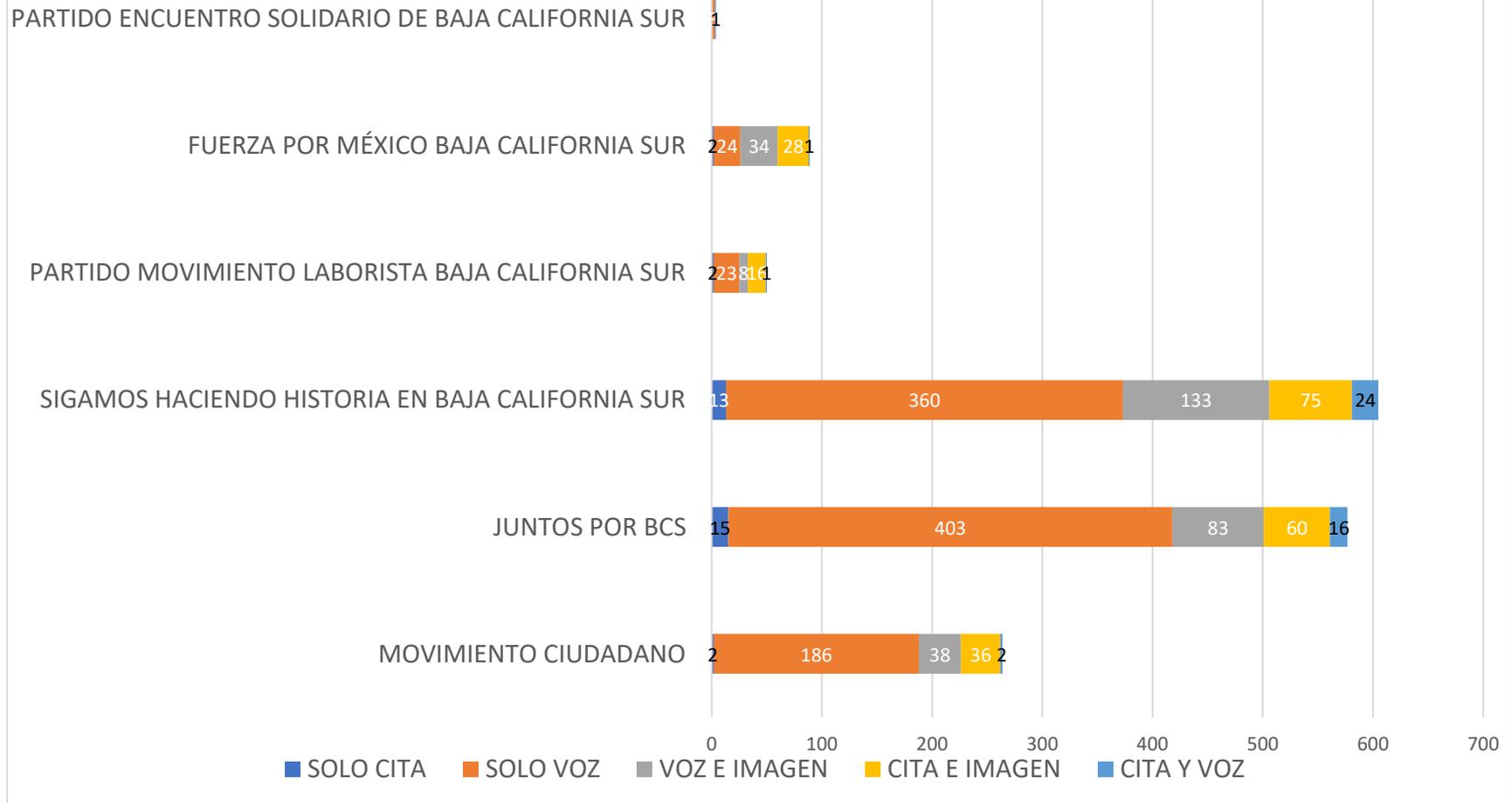
Gráfica 11. Ubicación de la nota en radio y televisión



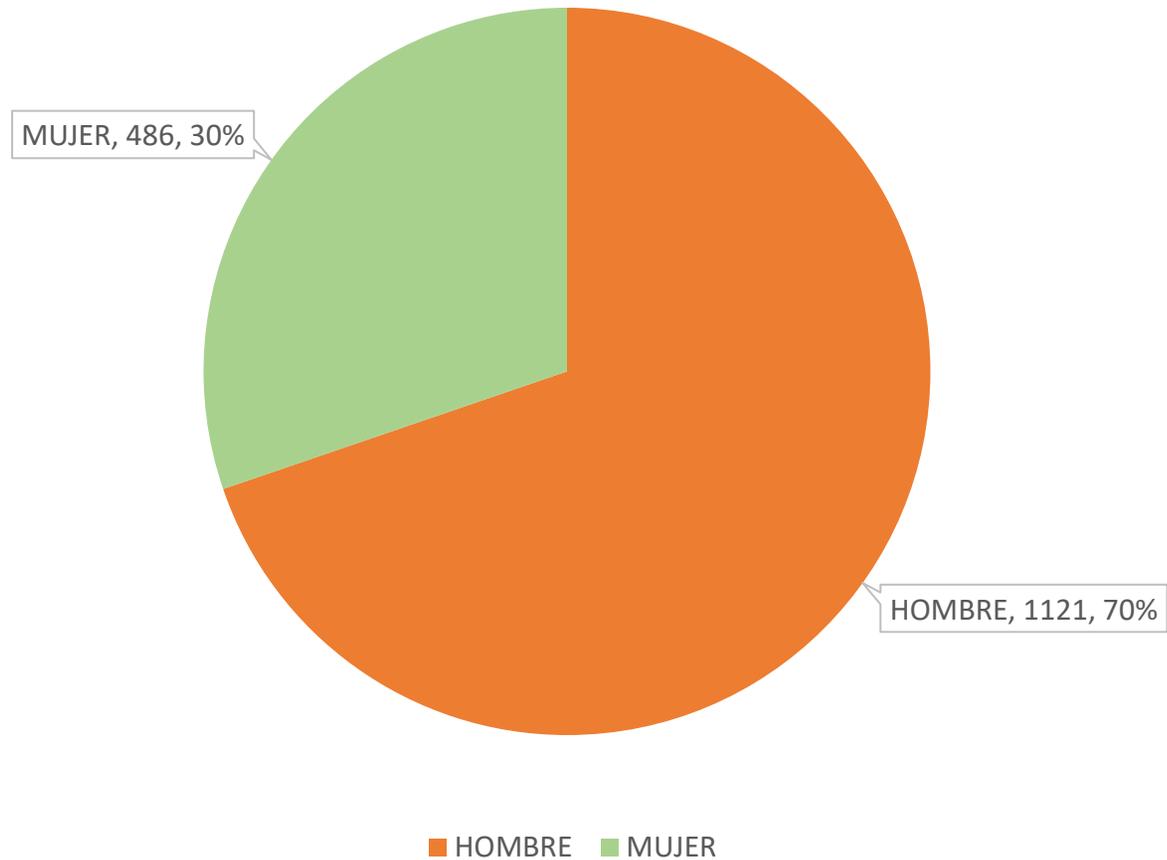
Gráfica 12. Segmento de tiempo en que se presentó la información en radio y televisión



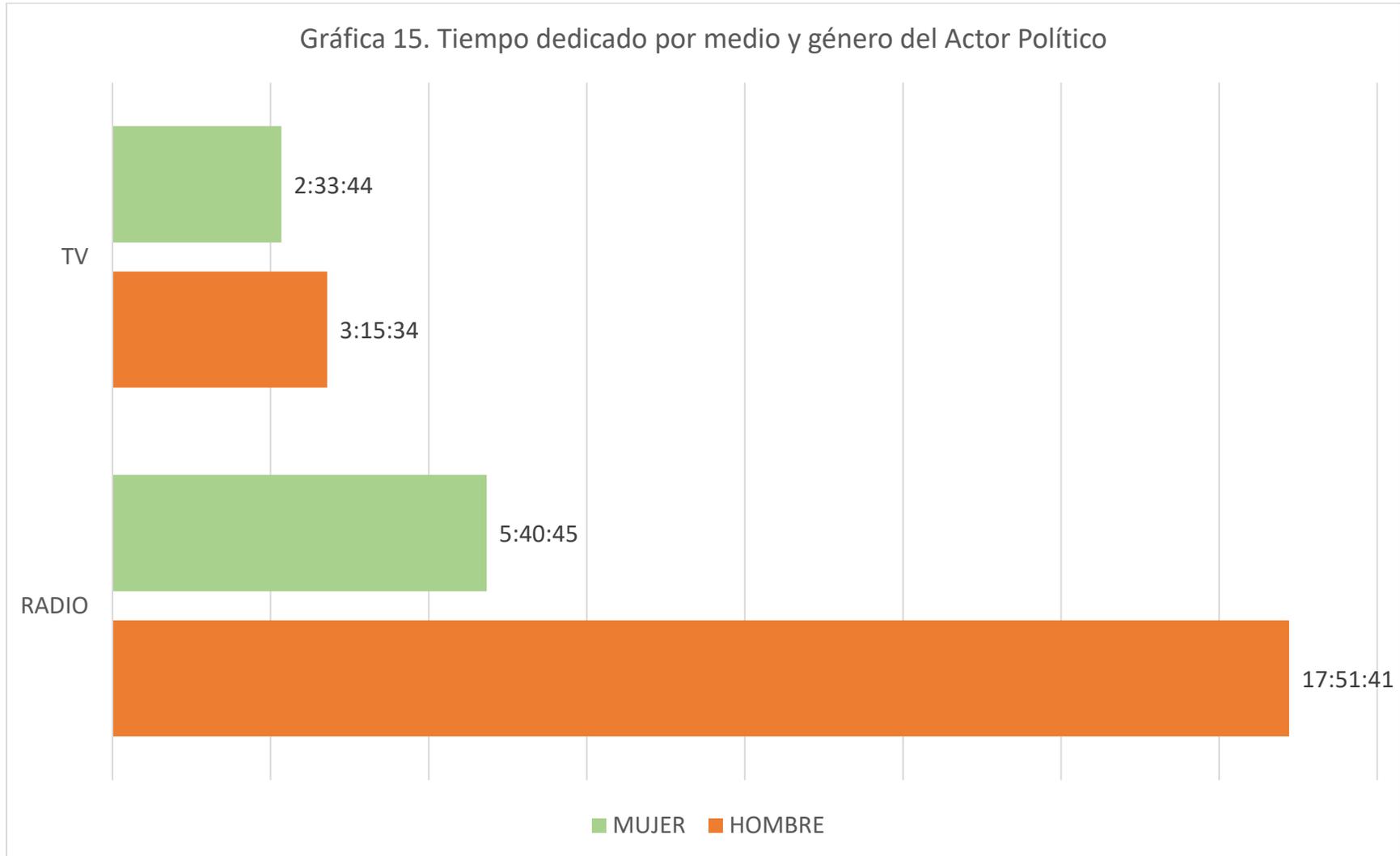
Gráfica 13. Recurso técnico para presentar la información por Fuerza Política en radio y televisión



Gráfica 14. Cantidad de menciones por género del Actor Político



Gráfica 15. Tiempo dedicado por medio y género del Actor Político



Gráfica 16. Tipo de valoración por género del Actor Político

