

Monitoreará el instituto cobertura de las campañas

FABIOLA MARTÍNEZ

El Instituto Nacional Electoral (INE) confirmó la realización de monitoreo a noticieros y otros programas de radio y televisión en los periodos de precampaña y campaña del proceso 2026-2027.

El acuerdo incluye 14 variables de análisis, sobre todo las relacionadas con mensajes violentos o discriminatorios.

La vigilancia se enfocará en un catálogo que incluye 73 espacios en precampaña (enero y febrero del año próximo), los de mayor audiencia (59 noticiarios, 10 de espectáculos o revista y cuatro de debate), mientras para el periodo de campaña (abril y mayo) serán 503 (489 de noticias, 10

de espectáculos o revista y cuatro de debate, opinión y análisis).

Después de publicar el acuerdo en el *Diario Oficial de la Federación* proceden los efectos jurídicos para convocar a instituciones de educación superior a realizar este monitoreo, a partir de metodología, catálogo y requerimientos técnicos ya definidos por el Consejo General del INE.

Los resultados de este mecanismo de seguimiento a lo que difunden los principales espacios informativos en el país se darán a conocer cada 15 días en el portal del INE, a fin de que la población conozca el tratamiento de los medios hacia partidos, coaliciones y candidaturas.

Por lo pronto, en los estudios relacionados con los comicios realizados en el proceso local 2024-

2025 (Durango y Veracruz), el INE advirtió que en medios de comunicación y redes sociales persistió la violencia política contra las mujeres en razón de género, marcadamente con la cobertura “sensacionalista” del homicidio de una abanderada a presidenta municipal.

La agresión estuvo presente en 56.5 por ciento de las publicaciones en medios convencionales y en 43.9 de redes sociales. El acontecimiento se divulgó con materia audiovisual explícita, tanto en espacios informativos como en plataformas digitales.

“Esto no sólo violentó públicamente a la candidata, afectando su dignidad; además, se identificó que mediante cuentas personales, periodistas hombres (12.3 por ciento) y mujeres (7.3 por ciento) también

difundieron ese tipo de material.

“A esto se suman otras expresiones de violencia digital que siguen siendo obstáculo para la participación política de las mujeres, como el uso de *deepfakes* y la difusión de *fake news* con la intención de desacreditar a las candidatas”, dijo el INE.