

Los monitoreos de medios durante las elecciones de Jalisco

FRIDA V. RODELO

Elección con elección se dedican tiempo y recursos a examinar la labor informativa de los medios de comunicación. ¿De dónde viene el ejercicio de monitorear los medios de comunicación y en qué nos beneficia? Los monitoreos de la cobertura informativa electoral son instrumentos utilizados en México, por una parte, en el marco de la cambiante y conflictiva agenda nacional de democratización del país y, por otra, como manifestación de una visión crítica sobre el papel social de los medios de comunicación. En este texto, primero, comentaré los antecedentes de los monitoreos electorales en México; en segundo lugar, detallaré cómo los cambios en la agenda política democrática se manifiestan en los monitoreos; finalmente, hablaré sobre las articulaciones entre los monitoreos de medios y las agendas internacionales para el desarrollo de los medios de comunicación.

LOS ANTECEDENTES DE LOS MONITOREOS ELECTORALES EN MÉXICO

Las primeras mediciones de las características de la cobertura informativa de las elecciones mexicanas fueron análisis realizados desde la academia con el objetivo de obtener fundamentos empíricos para la reflexión sobre el funcionamiento de los medios de comunicación en el

sistema político mexicano post-revolucionario —sistema diseñado para que el partido de Estado retuviera el poder político (Cosío Villegas, 1974).

Así, la académica Petra Secanella (1983) realizó un análisis del contenido de los periódicos *Excélsior*, *El Universal* y *Uno Más Uno* publicado en los meses de mayo de los años electorales de 1970, 1976 y 1982. Este estudio, además de revelar ínfimas menciones para las candidaturas opositoras, revela sutiles diferencias en la manera en que periódicos de distinta ideología y variante relación con el gobierno en turno hacían su cobertura de las candidaturas oficiales.

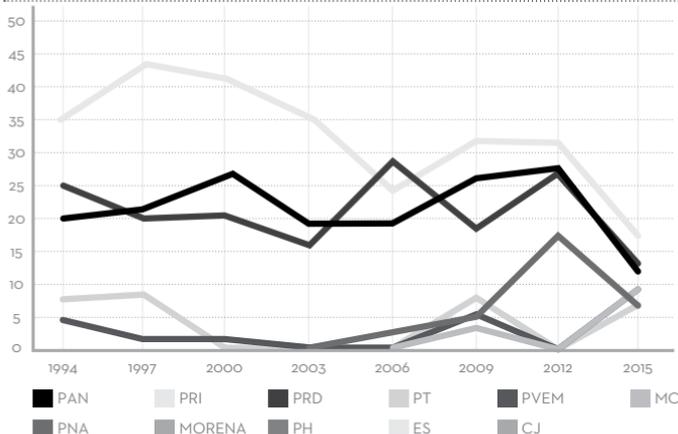
Un poco más adelante y en un contexto de mayor eferescencia política, *Así se calló el sistema: comunicación y elecciones en 1988* (Arredondo Ramírez, Fregoso & Trejo, 1991) añadió evidencias de las extremas inequidades en el acceso a los medios de comunicación. Arredondo Ramírez y colegas registraron que 83% del tiempo aire dedicado a cobertura electoral en los telenoticiarios del momento —24 Horas (Televisa) y Día a Día (Imevisión)— fue dedicado al candidato oficial, Carlos Salinas de Gortari. Las candidaturas de oposición ocuparon, todas juntas, únicamente 7.5% del tiempo aire. Esta minúscula cifra se repartió entre Cuauhtémoc Cárdenas, del Frente Democrático Nacional; Manuel Clouthier, del Partido Acción Nacional; Gumersindo Magaña, del Partido Demócrata Mexicano; y Rosario Ibarra de Piedra, del Partido Revolucionario de los Trabajadores y primera candidata presidencial en la historia del país.

En conjunto, estos análisis permitieron constatar algo que se palpaba, pero que debía fundamentarse en observaciones sistemáticas y discutirse públicamente: la tremenda

inequidad de una cobertura informativa realizada en un sistema de medios en el que la élite gobernante influenciaba la agenda y los mensajes mediatizados a través del control de las concesiones, los recursos para comprar propaganda y otros mecanismos que al día de hoy siguen en cierta medida dando forma a los contenidos de los medios informativos (Gómez, 2020).

Los estudios mencionados y otros realizados por personas de la academia dieron paso al involucramiento del recién creado Instituto Federal Electoral (IFE) en monitoreos de medios realizados durante las campañas electorales. La agenda, en opinión de Aceves-González (2000) era “sustentar empíricamente el carácter inequitativo y claramente inclinado a favorecer al partido oficial en el tratamiento informativo que los medios realizaban de las contiendas electorales” (p. 22). Así, el Instituto Federal Electoral realizó en 1994 su primer monitoreo de radio y televisión, el cual incluyó 16 noticiarios. Ya para el proceso electoral de 2015, el Instituto Nacional Electoral (INE) monitoreaba —a través de la labor investigativa de la Facultad de Ciencias Sociales y Políticas de la UNAM— 503 programas (Ballados, s.f.). La serie de datos emanada de estos monitoreos permite comprobar que a través de los años la cobertura de radio y televisión logró disminuir su concentración, dando paso a competencias electorales en las que partidos políticos y candidaturas opositoras han contado con mayor acceso a medios; por ende, competencias con mayor equidad en la difusión informativa (véase la figura 3.1).

FIGURA 3.1 TIEMPO EN RADIO Y TELEVISIÓN DEDICADO A PARTIDOS POLÍTICOS, 1994-2015 (PORCENTAJE)



Fuente: Ballados (s.f.).

En el estado de Jalisco, adecuaciones en los códigos electorales han permitido la institucionalización de los monitoreos de la cobertura informativa de las elecciones.¹ Si bien es imposible construir series temporales con los datos de estos estudios debido a que observan métodos diferentes, los resultados de los monitoreos de las coberturas informativas en Jalisco revelan al menos dos tendencias claras:

La primera tendencia es que el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y el Partido Acción Nacional (PAN) concentraron la mayor proporción de espacios en los medios de comunicación en las elecciones realizadas entre 2000

1. El fundamento jurídico del monitoreo de 2021 fue el Código Electoral del Estado de Jalisco en su artículo 134-1-XXXIX.

y 2012, mientras que en las elecciones realizadas tras 2015 el partido más publicitado² fue Movimiento Ciudadano (MC), quien ha logrado concentrar proporciones menores de cobertura en comparación con los anteriores partidos, lo que podría sugerir que cambios en los entornos político y mediático hacen en la actualidad más difícil que emerjan los niveles de concentración observados en tiempos pasados (véase la tabla 3.1).

El segundo patrón que emerge de los monitoreos y que es constante durante todo el periodo entre 2000 y 2021 es el escaso interés de los medios de comunicación por las elecciones de las personas que ocuparán los escaños del congreso del estado de Jalisco. Durante campañas con elecciones de titular del gobierno del estado, las candidaturas legislativas han ocupado entre 3.4% (en 2000) y 11% (en 2018) del espacio mediático; mientras que durante campañas de elecciones intermedias (solo cargos de municipios y legislativo, pero no titular gobierno del estado) los espacios ocupados por candidaturas legislativas han fluctuado entre 10.7% (en 2009) y 14% (en 2021).

¿MÁS ALLÁ DE LA EQUIDAD? GÉNERO Y DIVERSIDAD EN LA AGENDA DEMOCRÁTICA

El acceso de los actores políticos a los medios de comunicación durante las campañas electorales es crucial dado que una candidatura con menor acceso a medios tiene menores oportunidades de ser reconocida por el electo-

2. No en el sentido de publicidad comercial, sino en el sentido más amplio de *haber sido hecho público*.

TABLA 3.1 MONITOREOS DE LA COBERTURA INFORMATIVA DE LAS ELECCIONES LOCALES DE JALISCO

Elección	Organismo electoral	Realizadores	Partido más publicitado
2000	Consejo Electoral del Estado de Jalisco	UdeG	PRI (22.5% de la cobertura de elecciones de gubernatura en telenoticiarios)
2003	Consejo Electoral del Estado de Jalisco	UdeG	PRI (35.5% de la cobertura en telenoticiarios) ^a
2006	Instituto Electoral del Estado de Jalisco	Orbit Media, SA de CV	PAN (54.9% de los spots televisivos de campañas a gubernatura)
2009	Instituto Electoral y de Participación Ciudadana	Orbit Media, SA de CV	PRI-Panal (32.9% de la cobertura en telenoticiarios)
2012	Instituto Electoral y de Participación Ciudadana	Verificación y Monitoreo, SA de CV	PRI/PRI-PVEM (juntos, 33.7% de la cobertura en radio, noticiarios y periódicos)
2015	Instituto Electoral y de Participación Ciudadana	UdeG (radio y televisión) e ITESO (periódicos)	MC (22.1% de la cobertura en telenoticiarios)
2018	Instituto Electoral y de Participación Ciudadana	UdeG (radio y televisión) e ITESO (periódicos)	MC (19% de la cobertura en radio y televisión)
2021	Instituto Electoral y de Participación Ciudadana	UdeG (radio y televisión) e ITESO (periódicos)	MC (18% de la cobertura en radio y televisión)

Notas: (a) Adicionalmente, la coalición PAN-PRI obtuvo 16.8% de la cobertura en telenoticiarios.

Fuente: Orbit Media (2006, 2009), Universidad de Guadalajara (2000, 2003, 2015, 2018, 2021), Verificación y Monitoreo (2012).

rado, lo cual puede impactar en la manera en que es votada (Kahn, 1994). Desde esta perspectiva, un acceso a medios desigual es un obstáculo para que se logre una participación en condición de igualdad de oportunidades. Pero,

una vez *superada* la época en que el PRI alcanzaba más de ochenta por ciento de los espacios de difusión mediáticos, ¿qué criterio utilizamos para determinar la inexistencia de equidad en el acceso a medios? Los lineamientos recomendados a noticiarios por el Instituto Nacional Electoral (2020) establecen que

la equidad en la difusión y cobertura informativa es un principio esencial para que exista equilibrio en cualquier competencia electoral, entendiéndose éste como la posibilidad de que todas las partes involucradas los actores políticos sean tratados con *igualdad de criterio* en los espacios informativos dedicados a cubrir el Proceso Electoral (I-1) [énfasis de la autora].

Igualdad de criterio se refiere a observar los mismos valores noticiosos para tratar la información sobre los diferentes actores políticos. Esto implica otorgar espacios y menciones a las distintas fuerzas políticas y candidaturas para que sean conocidas por el electorado: si se da a conocer una candidatura, es incongruente no dar a conocer las demás. Asimismo, implica que el tratamiento informativo esté libre de discriminación y de favoritismos. Como vemos, no está involucrada únicamente la cantidad de información sobre las candidaturas, sino también lo que se dice sobre estas.

La igualdad de criterio en el tratamiento informativo de las y los participantes en competencias electorales es frecuentemente confundida con la noción de brindar exactamente la misma cantidad de espacio a cada can

didatura. Este último es un hombre de paja³ fácilmente aniquilado por las personas de medios, quienes advierten, por un lado, que es implausible el lograr la igualdad de cantidades de espacios y, por otro, que existe un conflicto entre esta forma mal entendida de equidad informativa y los principales valores noticiosos —sobre todo con la noción periodística de jerarquización la información, la cual implicaría, de acuerdo con este punto de vista, que no todas las candidaturas son igual de importantes.

Pero revelar la inequidad informativa entre candidaturas provenientes de diferentes partidos políticos no es hoy en día el fin único de los monitoreos de la cobertura informativa durante elecciones. Como resultado de una larga lucha para impulsar la participación política de las mujeres y garantizar su representación en el gobierno, en 2014 se incorporó el principio de paridad de género en el artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. De esta manera, quedó instituida la obligación para los partidos políticos de postular la misma cantidad de candidaturas de hombres y mujeres en las elecciones legislativas federales y locales. A esta reforma política siguieron otras que, como veremos, extendieron el principio de paridad a otros ámbitos electorales y de gobierno y que mejoraron su implementación.

Naturalmente, los monitoreos de la cobertura informativa electoral posteriores a 2015 retomaron el tema de la distribución de espacios mediáticos para las candidaturas, no solo según sus partidos políticos sino también según

3. Falacia informal conocida en inglés como *straw man* y que consiste en una refutación que no responde al argumento original, sino a una versión deformada de este.

su género, tema en el que las asimetrías eran patentes. En 1979, Gaye Tuchman reflexionaba sobre la que para entonces era una conciencia creciente acerca de la subrepresentación y los estereotipos prevaletentes sobre las mujeres en los medios de comunicación —por ejemplo, su existencia simbólica mínima, o bien, condicionada a fungir ya sea como el objeto del deseo masculino o dentro del ámbito familiar, como esposas y madres. Lo anterior equivale, argumentaba Tuchman, a una *aniquilación simbólica* de las mujeres que se corresponde con su falta de poder en la vida real.

Así, la variable de género en un monitoreo de medios busca defender el derecho de las mujeres a participar electoralmente en igualdad de condiciones. Pero, además, brota del reconocimiento de que los medios de comunicación pueden ser propagadores de estereotipos tradicionales de género e ideas de inferioridad o superioridad que a su vez alimentan prejuicios, tal como se advierte en el artículo 5 de la Convención para la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación Contra la Mujer (CEDAW, por sus siglas en inglés), promulgada en 1979.

En correspondencia con los avances en las leyes de paridad, los monitoreos de la cobertura informativa de las elecciones locales de Jalisco dan cuenta de avances modestos en la proporción de espacios mediáticos para candidatas: la histórica reforma de 2014 que impuso la obligatoriedad de paridad en candidaturas legislativas dio lugar a unas elecciones en que las candidatas ocuparon alrededor de una décima parte de los espacios mediáticos. Posteriores reformas se concentraron en la paridad de candidaturas municipales, primero para obligar a los partidos políticos a incorporar a candidatas en las planillas (paridad vertical),

TABLA 3.2 ELECCIONES LOCALES Y REPRESENTACIÓN DE CANDIDATAS EN LA COBERTURA INFORMATIVA, 2015-2021

Elección	Hito	Representación de candidaturas de mujeres
2015	Paridad en elecciones legislativas	9% de notas de radio; 14.1% de notas de televisión
2018	Además, paridad vertical en elecciones municipales	16% del tiempo en radio y televisión
2021	Además, paridad horizontal en elecciones municipales	31% del tiempo en radio y televisión

Fuente: Universidad de Guadalajara (2015, 2018, 2021).

posteriormente para incorporarlas de manera paritaria como candidatas a ocupar la presidencia de municipios (véase la tabla 3.2).

Como puede observarse, ante un escenario de paridad de candidaturas, los medios respondieron con una representación que ocupó alrededor de una tercera parte de los espacios mediáticos. Una explicación de lo anterior radica en que las candidaturas ocupadas por mujeres no eran de la misma jerarquía que las candidaturas ocupadas por hombres (es decir, no se asignaron candidaturas de mujeres en municipios grandes y/o del área metropolitana de Guadalajara). Pero, además, aquí aplica la observación de que las representaciones simbólicas de los medios de comunicación tienden a ser anticuadas debido a que las condiciones inmateriales en las sociedades (es decir, su cultura e ideologías) cambian más lentamente que sus condiciones materiales (por ejemplo, la participación de las mujeres en la fuerza laboral; la estructura de los hogares), fenómeno conocido en sociología como “retraso cultural” (Tuchman, 2000).

Aunado a la incorporación de las mujeres, con el desarrollo de la democracia mexicana se han propuesto principios en la cobertura informativa de elecciones que se desprenden del creciente reconocimiento social de valores tales como el pluralismo, la diversidad social, la no discriminación y la responsabilidad social de los medios (véase la figura 3.2) y cuya aplicación es susceptible de medirse de manera sistemática mediante estudios de monitoreo. Así, los últimos monitoreos de la cobertura informativa local también han prestado atención a la representación simbólica de personas candidatas pertenecientes a grupos receptores de acciones afirmativas para promover su participación en los comicios organizados en diferentes entidades federativas. A pesar de que las personas indígenas, afrodescendientes, con discapacidad y de la diversidad sexual forman parte de poblaciones con necesidades específicas y justificados reclamos, por diversas razones no gozan de representación descriptiva⁴ en el gobierno; al mismo tiempo, es raro que en los medios sean visibilizadas y representadas simbólicamente como personas sujetas de derecho.

En este sentido, los monitoreos realizados en 2018 y 2021 revelaron que es escasa la aparición de candidaturas indígenas en los medios, mientras que el monitoreo de 2021 consignó la nula mención de candidaturas de personas con discapacidad, de la diversidad sexual y afrodescendientes (Universidad de Guadalajara, 2018, 2021).

Por supuesto, este hallazgo no resulta únicamente de los criterios de los partidos políticos para otorgar candidaturas

4. Forma de representación alcanzada por un grupo minoritario cuando una persona perteneciente a este logra ser electa (Haider-Markel, 2010).

FIGURA 3.2 PRINCIPIOS DE COBERTURA INFORMATIVA DE ELECCIONES RECOMENDADOS A MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- Realizar una cobertura informativa que no normalice las desigualdades entre hombres y mujeres y que no promueva la violencia política por razón de género (INE, 2020, VIII-35).
- Reflejar la diversidad social dando cobertura a las candidaturas en condiciones de igualdad, independientemente de su género, origen étnico, edad, condición de discapacidad, etcétera, y absteniéndose de reforzar estereotipos que afectan a grupos en situación de discriminación (INE, 2020, VII-9).
- Lograr un equilibrio informativo en el que se difundan las plataformas electorales, principales temas en debate y las posiciones políticas de partidos políticos y personas candidatas (AMDA, 2021; INE, 2020, I-1).
- Contribuir a que la ciudadanía reciba información diversa y precisa sobre las cuestiones electorales (AMDA, 2021). Por ejemplo, a partir de difundir las aclaraciones metodológicas suficientes para interpretar los resultados de encuestas.

y de la labor editorial de los medios de comunicación, sino que también es consecuencia de las propias personas candidatas, quienes deciden de forma estratégica, primero, el revelar o no su pertenencia al grupo minoritario y, segundo, el dónde, cuándo y cómo lanzarse por un cargo de elección popular debido a la posible influencia de su identidad en su viabilidad electoral (Haider–Markel, 2010). Así, la ausencia de candidaturas de personas pertenecientes a grupos minoritarios, así como su nula representación simbólica, podría entre otras cosas indicar la ausencia (real o percibida) de condiciones propicias para el éxito electoral de estas.

La participación política de personas candidatas pertenecientes a minorías —y, con esta, su representación simbólica— tienen el potencial de visibilizar a grupos, desafiar estereotipos y prejuicios, servir como ejemplo a seguir para las y los jóvenes y promover la agenda política del grupo minoritario, es decir, lograr que la representación descriptiva dé paso a una representación sustantiva.

¿Y OBSERVAR PARA QUÉ? LOS MONITOREOS Y LAS AGENDAS INTERNACIONALES PARA EL DESARROLLO DE LOS MEDIOS

Los análisis de la cobertura informativa en contextos electorales deben entenderse ante todo como una herramienta para el desarrollo de los medios. Se atribuye a estos estudios el beneficio de mejorar el trabajo periodístico— y, por ende, mejorar el espacio público— puesto que permiten que las audiencias, activistas, profesorado, etc., conozcan y comprendan las representaciones de los medios y puedan actuar ante estas de manera informada y razonada (Ross & Carter, 2011). Además, ofrecen un fundamento para las evaluaciones y las críticas del desempeño de los medios. Finalmente, brindan la retroalimentación que las y los trabajadores de medios necesitan para mejorar su desempeño, esto es, para mejorar el servicio que proporcionan en la sociedad democrática (Ross & Carter, 2011).

Llevadas a cabo por observatorios, veedurías y monitoreos alrededor del mundo, estas son actividades fundadas en supuestos, metodologías y agendas diversas. Así, además de la mejora del trabajo periodístico, los monitoreos pueden también surgir de agendas de cambio social, como lo es la igualdad de género. Según Ross y Carter (2011), promotoras del *Global Media Monitoring Project*, uno de los más grandes proyectos mundiales de monitoreo de medios, los monitoreos evidencian “que los medios tienden a representar la realidad de maneras que benefician a aquellos en posiciones de poder dentro de la sociedad en un proceso de reproducción y mantenimiento hegemónicos del *statu quo*” (p. 1152). Asimismo, dicen, los monitoreos permiten documentar la manera en que los sistemas

globales de información y comunicación contribuyen a la perpetuación de inequidades en la vida cotidiana, por ejemplo, al invisibilizar a grupos sociales o al promover estereotipos que refuerzan prejuicios sobre estos.

Otros monitoreos de medios pueden tener como eje central la preocupación por conocer en qué medida los medios desempeñan las funciones requeridas en un gobierno democrático. En un análisis de este tipo, pueden examinarse aspectos tales como la diversidad de los medios de comunicación (a través, por ejemplo, de datos sobre el nivel de concentración de la propiedad de los medios), su independencia, accesibilidad, responsabilidad, equidad, etcétera.

Otra cuestión relacionada con las pretensiones de los monitoreos es la reflexión acerca de en qué medida estos cumplen con sus objetivos y logran un impacto en la sociedad y en los medios de comunicación. En una formulación de los componentes básicos de un monitoreo, Johan Galtung (1995) argumentó que los monitoreos deben tener: (1) criterios explícitos, (2) un proceso de análisis explícito sobre cómo se sitúan los medios frente a esos criterios, (3) criterios significativos para las personas de medios y, finalmente, (4) diálogo permanente sobre tales criterios. En concordancia con el aspecto de diálogo, Margaret Gallagher (2001) ha afirmado que los monitoreos deben superar su tendencia de quedarse en las quejas y, en su lugar, establecer un debate constructivo con las personas de medios.

Como vemos, las visiones de Galtung y Gallagher sugieren que es crucial cierta forma de participación en el proyecto de monitoreo de representantes de los principales destinatarios de los cambios pretendidos, es decir, por una parte, las organizaciones de medios, y, por otra, la

ciudadanía, a la que el fomento de una perspectiva crítica frente a los medios de comunicación puede beneficiar enormemente. Sin embargo, este es precisamente uno de los fallos más mencionados cuando se reflexiona sobre la implementación y los resultados de este tipo de proyectos en Latinoamérica. Castellanos-Díaz (2010) y Larrosa-Fuentes (2014) mencionan que suele haber una escasa comunicación entre observatorios, medios y ciudadanía; mientras que Rosique y Barranquero (2016) y Rey (2003) coinciden en que ha prevalecido una falta de sinergia entre los proyectos de este tipo y/o la ausencia de articulación entre estos y esfuerzos ciudadanos.

CONCLUSIONES

En este texto se estableció que los antecedentes de los monitoreos electorales realizados en México a nivel nacional y subnacional están vinculados con la aspiración de mejorar la democracia mexicana a través de la vigilancia de la equidad en el acceso de los diferentes competidores a los medios de comunicación.

El significativo desarrollo de la democracia mexicana no implica que se haya superado el problema de la equidad, pues los análisis aún registran alta concentración de los espacios mediáticos en los partidos que tienen mayor acceso a recursos y prerrogativas, así como desbalances. Más bien, la aspiración de equidad se ha ensanchado para que también comprenda la inclusión de grupos hasta hace poco marginados de los espacios políticos formales, como ha sucedido con las mujeres y como comienza a ocurrir con minorías que son blanco de discriminación.

Con todo, los monitoreos son ejercicios con serias limitaciones. La realización institucionalizada y rutinaria de los monitoreos electorales en México puede provocar que se pierda de vista su objetivo primordial—el incentivar el desarrollo los medios de comunicación—, para lo cual establecer mecanismos de diálogo con estos resulta elemental.

REFERENCIAS

- Aceves-González, F. J. (2000). La investigación académica sobre el papel de los medios de comunicación en los procesos electorales en México. *Comunicación y Sociedad*, 37(2), 11-36. http://publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/37_2000/11-36.pdf
- AMDA (2021). Recomendaciones para la difusión de las campañas políticas durante el periodo electoral, en consideración de los derechos de las audiencias. https://amda.unam.mx/wp-content/uploads/2021/03/RECOMENDACIONES_CAMPANAS_POLITICAS.pdf
- Arredondo Ramírez, P. A., Fregoso, G., & Trejo, R. (1991). *Así se calló el sistema: comunicación y elecciones en 1988*. Universidad de Guadalajara.
- Ballados, P. (s. f.). Retrospectiva, situación actual y evaluación del monitoreo de programas que difunden noticias en radio y televisión. https://portalanterior.ine.mx/portal/ActoresPoliticos/Administracion_de_tiempos_del_Estado/Comite_de_Radio_y_Televison/Foros/docs/pdf/mesa_1/presentacion_patricio_ballados.pdf
- Castellanos-Díaz, J. (2010). Ojos que no ven, opinión que no cuestiona. Observar a los medios, para alertar a sus

- públicos. *Panorama*, 4(8), 4. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4780069>
- Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer, 18 de diciembre de 1979 https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/ProfessionalInterest/cedaw_SP.pdf
- Cosío Villegas, D. (1974). *El sistema político mexicano: las posibilidades de cambio*. Cuadernos de Joaquín Mortiz.
- Gallagher, M. (2001). The push and pull of action and research in feminist media studies. *Feminist Media Studies*, 1(1), 11-15. <https://doi.org/10.1080/14680770120042774>
- Galtung, J. (1995). Prospects for media monitoring: much overdue, but never too late! *Javnost-The Public*, 2(4), 99-105. <https://doi.org/10.1080/13183222.1995.11008611>
- Gómez, R. (2020). El rol del Estado en el Sistema de Medios Mexicano 2013-2018. Punto de partida para una agenda de investigación. *Comunicación y Sociedad*, (17) e7565, 1-29.
- Haider-Markel, D. P. (2010). *Out and running: Gay and lesbian candidates, elections, and policy representation*. Georgetown University Press.
- Instituto Nacional Electoral (2020). *Acuerdos del Consejo General del Instituto Nacional Electoral por el que se aprueban los lineamientos generales que, sin afectar la libertad de expresión y la libre manifestación de las ideas ni pretender regular dichas libertades, se recomiendan a los noticieros, respecto de la información y difusión de las actividades de precampaña y campaña, de los partidos políticos y de las candidaturas independientes*. INE/CG197/2020. <https://repositoriodocumental.ine.mx/xmlui/handle/123456789/114379>

- Kahn, K. F. (1994). The distorted mirror: Press coverage of women candidates for statewide office. *The Journal of politics*, 56(1), 154-173.
- Larrosa-Fuentes, J. S. (2012). El diálogo entre observatorios de medios y los medios: una agenda pendiente. En R. Acosta (ed.), *El diálogo como objeto de estudio* (pp. 171-190). ITESO.
- Orbit Media. (2006). *Resultados del monitoreo de medios masivos de comunicación*. Documento pdf.
- Orbit Media. (2009). *Tablas comparativas monitoreo de contenidos informativos estado de Jalisco*. Documento de PowerPoint.
- Rey, G. (2003). Ver desde la ciudadanía. Observatorios y veedurías de medios de comunicación en América Latina. *Revista Probidad* (15) 15, 1-9. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/kolumbien/o4198.pdf>
- Rosique, G., & Barranquero, A. (2016). Radiografía de los observatorios de medios en España. Una herramienta ciudadana para la reforma mediática. *Revista Latina de Comunicación Social*, (71), 443-469.
- Ross, K., & Carter, C. (2011). Women and news: A long and winding road. *Media, Culture & Society*, 33(8), 1148-1165.
- Secanella, P. M. (1983). *El periodismo político en México*. Prisma.
- Tuchman, G. (1979). Women's depiction by the mass media. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 4(3), 528-542.
- Tuchman, G. (2000). The symbolic annihilation of women by the mass media. In *Culture and Politics* (pp. 150-174). Palgrave Macmillan.

- Universidad de Guadalajara (2000). *Tercer Informe. Monitoreo de medios de comunicación en las elecciones estatales de 2000*. Documento de PowerPoint.
- Universidad de Guadalajara (2003). *Monitoreo de la cobertura informativa de los medios de comunicación en las elecciones estatales de 2003. Primer reporte*. Documento pdf.
- Universidad de Guadalajara (2015). *Monitoreo de la cobertura informativa de radio y televisión en las elecciones estatales de 2015. Informe final*. Documento pdf. <https://www.iepcjalisco.org.mx/proceso-electoral-2015/monitoreo-sobre-campanas-electorales>
- Universidad de Guadalajara (2018). *Monitoreo de radio y televisión. Proceso electoral concurrente 2017-2018 de Jalisco. Informe final*. Documento pdf. <https://www.iepcjalisco.org.mx/proceso-electoral-2018/monitoreo%20%20%20>
- Universidad de Guadalajara (2021). *Monitoreo de radio y televisión del proceso electoral concurrente 2020-2021 de Jalisco*. https://www2.iepcjalisco.org.mx/proceso-electoral-2021/?page_id=20
- Verificación y Monitoreo (2012). *Monitoreo cualitativo de radio, televisión, prensa y espectaculares. Proceso electoral 2012*. Documento pdf.