

## BOLETIN 76

15 de Junio de 2010



### NEUTRALIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS DURANTE LA CAMPAÑA ELECTORAL, DE ACUERDO CON REPORTE FINAL DEL ANÁLISIS DE CONTENIDOS INFORMATIVOS DE LA EMPRESA ORBIT MEDIA.

- El 98% de las notas en noticieros de radio y televisión fueron neutrales.
- Del total de notas el 57.7% son de la televisión y el 42.3% de radio.

Al presentar el informe final del análisis de contenidos informativos de siete noticieros en televisión y 12 en radio con cobertura en el Estado, correspondiente al período del 14 de marzo al 12 de mayo, la empresa Orbit Media determinó que el 98% de las notas fueron neutrales, es decir, el conductor o medio de comunicación presentó la información con objetividad, sin mostrar valoración alguna ni adjetivos.

En conferencia de prensa presidida por el consejero presidente del Instituto de Procedimientos Electorales y Participación Ciudadana, Fernando Bolio Vales y la consejera electoral, Lissette Cetz Canché, el director general de la empresa, Francisco Javier Aguilera de Alba precisó que en ese periodo, se analizó el total de notas transmitidas, el total de tiempo transmitido y la valoración de las notas en positivas, negativas o neutrales.

En presencia de los consejeros electorales, Carlos Aguilar Conde y Néstor Santín Velázquez, así como el secretario Ejecutivo, Alejandro Góngora Méndez, la presidenta de la Comisión Permanente de Prerrogativas, Cetz Canché dio la bienvenida y dijo estar satisfecha

con el trabajo desarrollado, pero sobre todo por poder dotar a los partidos políticos y a la ciudadanía en general de un elemento que permitirá hacer un balance y análisis real del proceso electoral 2010.

En su oportunidad, Aguilera de Alba detalló que los espacios monitoreados son en Televisión: Grupo SIPSE, Trece TV y TV Azteca y en Radio: Grupo SIPSE, Grupo Rivas, IMER, Radio Fórmula y RASA. Dijo que del total de notas transmitidas en radio y televisión, el 79.9% fueron dirigidas a partidos políticos, el 13.4% fueron en referencia a la autoridad electoral y 6.7% al proceso electoral.

Del total de notas transmitidas en estos 60 días de campaña electoral, el 57.7% estuvieron en la televisión y el 42.3% en radio y en cuanto a tiempo, el 81.6% en radio y el 18.4% en TV.

De ese total de tiempo transmitido en TV, el 88.6% fueron notas informativas; el 10% de entrevistas y el resto de opiniones y comentarios, en tanto que en radio, al que más tiempo se dedicó fueron a las entrevistas con el 74.2% y el 25.8% a notas informativas.

Del total de notas transmitidas tanto en Radio como en la Televisión, el partido político con mayor cobertura fue el PRI seguido por el PAN y el PRD.

## **ATENTAMENTE**

**Miqueas Be Palma**  
**Jefe de la Oficina de Comunicación Social**