**Informe de la Secretaría Ejecutiva relativo al monitoreo de los programas de radio y televisión que difundan noticias, y la prensa impresa, en los periodos de obtención del respaldo de la ciudadanía, precampañas, intercampañas y campañas electorales**

En cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 296 del Reglamento de Elecciones, que establece la responsabilidad de los Organismos Públicos Locales Electorales para llevar a cabo el monitoreo de los programas de radio y televisión que difundan noticias durante el proceso electoral, y de conformidad con lo establecido en el capítulo IV de las Reglas del monitoreo aprobadas por el Consejo General de este Instituto, la Secretaría Ejecutiva presenta al Consejo General el informe del monitoreo realizado **del 8 de marzo al 4 de abril de 2024**, sobre el periodo de intercampañas e inicio de campañas; mismo que se expone a continuación:

Del monitoreo a los medios de comunicación de radio, televisión y prensa impresa**,** coordinado por la Unidad de Comunicación Social:

* Se registraron **2971 piezas de monitoreo** en referencia a las intercampañas e inicio de campañas de los partidos políticos, coaliciones, aspirantes a una candidatura independiente y candidatura independiente, de las cuales 655 corresponden a televisión, 1203 a radio y 1113 a prensa impresa.
* El tiempo otorgado a las intercampañas e inicio de campañas de los partidos políticos, coaliciones, aspirantes a una candidatura independiente y candidatura independiente fue de **10 horas, 49 minutos y 45 segundos en televisión**; y **48 horas, 20 minutos y 14 segundos en radio**.
* El espacio otorgado a las intercampañas e inicio de campañas de los partidos políticos, coaliciones, aspirantes a una candidatura independiente y candidatura independiente en prensa impresa fue de **502,375.50 cm2**.
* Del total de piezas de monitoreo, **907** fueron menciones **para mujeres**, **1563 para hombres** y 501 sin especificación de género.
* El género periodístico más utilizado fue la **nota informativa** con 2606 piezas de monitoreo, seguido por el de opinión y análisis con 320 piezas.
* El recurso técnico más utilizado fue **cita e imagen** en televisión; **solo cita** en radio; y **texto e imagen** en prensa impresa.
* **No se registraron** piezas de monitoreo con el uso de lenguaje excluyente y sexista, ni piezas con presencia de estereotipos de género en radio, televisión y prensa impresa.
* Por último, debe destacarse que el monitoreo completo a que hace referencia el presente informe, así como todos los informes anteriores pueden ser consultados en la página web: [www.ieepcnl.mx](http://www.ieepcnl.mx)