

Anexo 1.1.

Matriz 1. “Análisis cuantitativo”.

Monitoreo a medios de comunicación con perspectiva de género en periodo de obtención de apoyo de la ciudadanía, precampañas y campañas durante el proceso electoral ordinario local 2023-2024.

| Indicador | Descripción | Medición/ seguimiento* | Especificaciones |
|----------------------------|---|---|---|
| Menciones en medios | Menciones por género/sin distinción de género. | Presencia total y porcentaje en programas/promocionales/medios. | Contabilizar las menciones de los/as candidatos/as. Debe contabilizarse por <u>medio</u> (televisión y radio), <u>género periodístico</u> (nota informativa; entrevista; debate; reportaje, opinión y análisis) y <u>día/semana</u> (dependiendo del tipo de registro). Deberá destacarse <u>el peso/proporción por género (hombre/mujer)</u> de las menciones de los candidatos/as respecto al total de menciones y/o notas (porcentaje). Interrupción a las mujeres, interrupción a los hombres. |
| Tiempo destinado/ dedicado | Tiempos dedicados a mujeres, hombres y actores sin especificar género. | Presencia total y porcentaje en programas/promocionales/medios. | Contabilizar el tiempo en horas (programas)/minutos (anuncios y spots transmitidos dentro de los programas) dedicados a los/as candidatos/as. Debe contabilizarse por <u>medio</u> (televisión, y radio), <u>género periodístico</u> (nota informativa; entrevista; debate; reportaje, opinión y análisis) y <u>por día/semana</u> (dependiendo del tipo de registro). Deberá destacarse <u>el peso/proporción del tiempo</u> de participación de los candidatos/as respecto al tiempo total (porcentaje). |
| Núm. de programas | Número de programas en los que se participa. | Presencia total y porcentaje. | Contabilizar los programas en los que participan los/as candidatos/as. Debe contabilizarse por <u>medio</u> (televisión y radio), <u>género periodístico</u> (nota informativa; entrevista; debate; reportaje, opinión y análisis) y <u>día/semana</u> (dependiendo del tipo de registro) y <u>por día/semana</u> (dependiendo del tipo de registro). Deberá destacarse <u>el peso/proporción de los programas</u> en los que participan los candidatos/as respecto al total de programas y/o notas (porcentaje). |
| Temas abordados | Diferenciación/caracterización/equivalencia de los temas abordados/analizados (Derechos sexuales y reproductivos; Derechos laborales; Derechos sociales y culturales; Participación política de las mujeres; Prevención atención y sanción de la violencia contra las mujeres; Seguridad Pública; Economía y trabajo; Educación; Ciudadanía). | Presencia total y porcentaje en programas/medios. | Diferenciar y contabilizar los temas abordados/involucrados por/sobre los candidatos/as. Debe contabilizarse por <u>medio</u> (televisión, radio), <u>género periodístico</u> (nota informativa; entrevista; debate; reportaje, opinión y análisis) y <u>por día/semana</u> (dependiendo del tipo de registro). Deberá destacarse <u>el peso/proporción de los temas abordados/involucrados</u> por los candidatos/as respecto al total de temas abordados/involucrados y/o notas (porcentaje). |
| Tipo de participación | Diferenciar el tipo de participación: spots/exposiciones cobertura total/media; foro, anuncio, entrevista, etc. | Presencia total y porcentaje en programas/promocionales/medios. | Diferenciar y contabilizar el tipo de participación/programas donde aparecen los candidatos/as. Debe contabilizarse por <u>medio</u> (televisión y radio), <u>género periodístico</u> (nota informativa; entrevista; debate; reportaje, opinión y análisis) y <u>por día/semana</u> (dependiendo del tipo de registro). Deberá destacarse <u>el peso/proporción del tipo de participación/programas</u> en los que aparecen los candidatos/as respecto al total de programas y/o notas (porcentaje). |
| Horario | Espacio destinado a la cobertura: matutino/vespertino/estelar, etc. | Presencia total y porcentaje en programas/promocionales/medios. | Diferenciar y contabilizar los horarios en los que aparecen los/as candidatos/as. Debe contabilizarse por <u>medio</u> (televisión y radio), <u>género periodístico</u> (nota informativa; entrevista; debate; reportaje, opinión y análisis) y <u>por día/semana</u> (dependiendo del tipo de registro). Deberá destacarse <u>el peso/proporción de los horarios</u> en los que aparecen los candidatos/as respecto al tipo de horario y/o notas (porcentaje). |
| Canales | Alcance/penetración del medio: (local/regional/estatal) | Presencia total y porcentaje en programas/promocionales/medios. | Diferenciar y contabilizar los canales en los que aparecen los/as candidatos/as. Debe contabilizarse por <u>medio</u> (televisión, radio), <u>género periodístico</u> (nota informativa; entrevista; debate; reportaje, opinión y análisis) y <u>por día/semana</u> (dependiendo del tipo de registro). Deberá destacarse <u>el peso/proporción de los canales</u> en los que aparecen los candidatos/as respecto al tipo de canal (porcentaje). |

Anexo 1.1.

Matriz 1. “Análisis cuantitativo”.

Monitoreo a medios de comunicación con perspectiva de género en periodo de obtención de apoyo de la ciudadanía, precampañas y campañas durante el proceso electoral ordinario local 023-2024.

| Indicador | Descripción | Medición/ seguimiento | Especificaciones |
|--------------------------|---|---|--|
| Lugar | Locaciones/características del espacio (entrevistas/foros). | Presencia total y porcentaje en programas/promocionales/medios. | Diferenciar y contabilizar las locaciones/espacios donde participen los/as candidatos/as. Debe contabilizarse por medio (televisión y radio), género periodístico (nota informativa; entrevista; debate; reportaje, opinión y análisis) y por día/semana (dependiendo del tipo de registro). Deberá destacarse el peso/proporción de las locaciones/espacios donde participen los/as candidatos/as respecto al tipo de locación/espacio (porcentaje). |
| Enunciante del mensaje | Identificar el género de la persona que realiza la enunciación (hombre o mujer), quien está a cargo o forma parte del programa o de un actor social o político. | Presencia total y porcentaje en programas/promocionales/medios. | Diferenciar y contabilizar el género de los/as enunciantes de los/as candidatos/as. Debe contabilizarse por medio (televisión, radio, impresos), género periodístico (nota informativa; entrevista; debate; reportaje, opinión y análisis) y por día/semana (dependiendo del tipo de registro). Deberá destacarse el peso/proporción de los/as enunciantes de los/as candidatos/as respecto al tipo de enunciante (porcentaje). |
| Receptor del mensaje | Identificar el género del público/población a la cual se dirige el mensaje (el universo de las y los actores a ser monitoreados, desagregados por mujeres y hombres). | Presencia total y porcentaje en programas/promocionales/medios. | Diferenciar y contabilizar el género de los/as receptores a los que se dirigen los/as candidatos/as. Debe contabilizarse por medio (televisión y radio), género periodístico (nota informativa; entrevista; debate; reportaje, opinión y análisis) y por día/semana (dependiendo del tipo de registro). Deberá destacarse el peso/proporción de los/as receptores de los/as candidatos/as respecto al tipo de receptor (porcentaje). |
| Tipo de fuente (mensaje) | Identificar la fuente de la información, específicamente si ésta se asocia algún grupo/sector: medios de comunicación (entrevistadores, analistas, comentaristas); sector institucional (funcionarios de cualquier nivel; poderes), religioso (representantes de iglesias y/o grupos), político (candidatos/as; representantes/voceros de partido); sociedad civil (representantes/voceros). | Presencia total y porcentaje en programas/promocionales/medios. | Diferenciar y contabilizar el tipo de fuente que destaca la participación del candidato/a. Debe contabilizarse por medio (televisión y radio), género periodístico (nota informativa; entrevista; debate; reportaje, opinión y análisis) y por día/semana (dependiendo del tipo de registro). Deberá destacarse el peso/proporción de las fuentes de los candidatos/as respecto al total de fuentes (porcentaje). |

*Análisis en general: variables/aspectos a considerar

1

¹ Diferenciación de los indicadores/variables por género (hombre/mujer) y por tipo de medio (televisión, radio).

Informes y/o presentación de resultados (entregables).

- 1) Se deberá entregar un informe escrito por cada tipo de análisis: análisis cuantitativo; análisis cualitativo (matrices).
- 2) Adicional al informe escrito se deberá presentar la base de datos correspondiente a cada análisis, destacándola por tipo de medio de comunicación (televisión, radio).
- 3) Acatar la temporalidad establecida en la metodología (15 días).

Nota: La presente matriz, es de carácter ejemplificativo, es decir, solo enunciativo y no limitativo.