

Estereotipos de género en los espacios noticiosos en los procesos electorales locales 2016-2017

Marzo de 2018



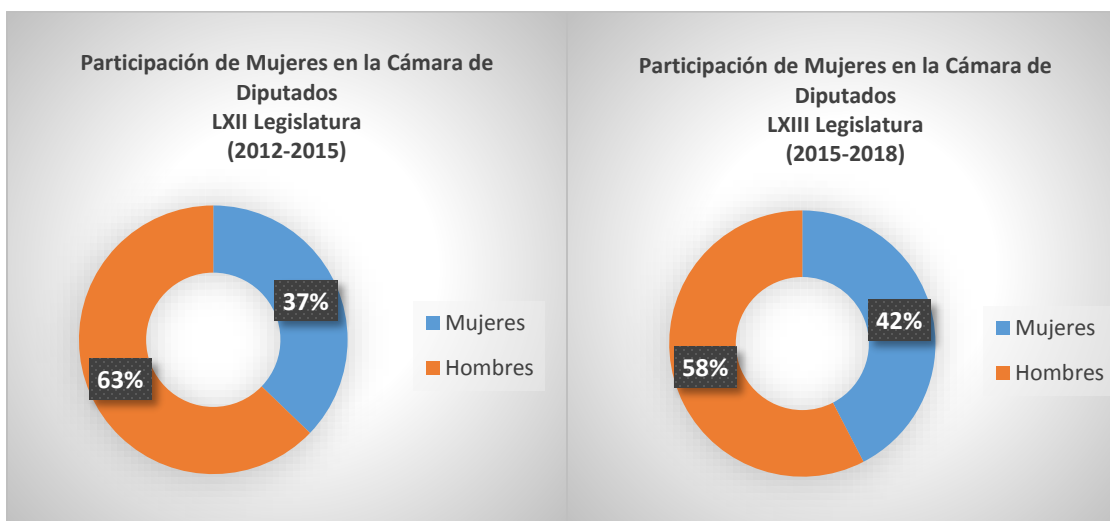
Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos

Contenido

I. Introducción	2
II. Antecedentes	4
III. Metodología	6
IV. Análisis.....	9
Estado de México	10
Coahuila.....	11
Veracruz	12
V. Conclusión.....	12

I. Introducción

Los avances formales que se han dado en México para garantizar los derechos político-electorales de las mujeres han favorecido su participación en espacios de representación política y de toma de decisiones como nunca antes. Gracias a la reforma electoral de 2014, la paridad es ahora un principio constitucional, lo cual ha favorecido a que más mujeres accedan a espacios de representación. Derivado del proceso electoral federal 2014-2015, por ejemplo, el cual constituyó el primer ejercicio a nivel federal posterior a la aprobación de la reforma, 212 mujeres resultaron electas (42.5% de la composición total de cámara baja); 117 de ellas elegidas por Mayoría Relativa y 95 por Representación Proporcional. Esto constituye un aumento sustantivo respecto a la Legislatura anterior, en la que resultaron electas 186 mujeres, conformando así el 37.2% de la Cámara Baja.



Sin embargo, las mujeres siguen enfrentando numerosos obstáculos, incluso violencia, en el ejercicio de estos derechos. Uno de estos obstáculos se presenta una vez que logran derribar barreras al interior de sus partidos para convertirse en candidatas, en los medios de comunicación, uno de los principales espacios en donde transcurre la competencia electoral.

Los medios de comunicación tienen un papel fundamental en el contexto electoral ya que informan a la ciudadanía respecto a los partidos políticos, sus programas y sus candidaturas y contribuyen a la formación de opiniones informadas entre el electorado para que éste pueda estar en condiciones de tomar una decisión a la hora de emitir su voto. Por ello, y como lo explican las especialistas Beatriz Llanos y Juana Nina¹, la necesidad de preservar el pluralismo en la información en el contexto electoral cobra importancia, dado que la ciudadanía tiene el derecho de poder conocer las opciones políticas, las candidaturas y sus propuestas.

¹ IDEA Internacional, ONU Mujeres. (2011). *Mirando con lentes de género la cobertura electoral. Manual de Monitoreo de Medios*. Disponible en <http://mexico.unwomen.org/es/digiteca/publicaciones/2012/10/mirando-con-lentes-de-genero#view>

Por otro lado, cuando los medios utilizan una retórica sexista y estereotipos de género para referirse a las candidatas, dañan la percepción que los votantes tienen de ellas en dimensiones como su confiabilidad, efectividad, fortaleza, experiencia y calificación; desciende su posicionamiento en las encuestas, y decrece la intención de voto hacia ellas.² En ese sentido, es fundamental que todos los candidatos y candidatas tengan acceso a los medios en condiciones de igualdad y sin discriminación, ya que sólo en la medida en que la ciudadanía pueda recibir información suficiente y rigurosa de todas las opciones se puede hablar de elecciones libres, informadas y sustantivamente democráticas.

Entre las acciones que emprende el Instituto Nacional Electoral (INE) para promover la igualdad y la no discriminación en los medios de comunicación durante los periodos electorales se encuentra la elaboración de la *Guía para medios de Comunicación y Partidos Políticos: Hacia una Cobertura de los Procesos Electorales Libre de Discriminación*. Esta guía constituye una herramienta que propicie que las contiendas electorales en los medios de comunicación se realicen con un enfoque de igualdad, libres de estereotipos de género y mostrando la diversidad social en los mensajes dirigidos a la ciudadanía.

Asimismo, el Instituto realiza el monitoreo de programas de radio y televisión que difunden noticias, con el apoyo de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Los informes semanales generados por el monitoreo incorporan un apartado en el que se desagrega la información respecto a las menciones, el tiempo otorgado y la valoración de las notas para hombres y para mujeres tanto en radio como en televisión (disponibles en www.monitoreo2018.ine.mx).

Asimismo, algunos Organismos Públicos Locales Electorales (OPLE) emprenden acciones para elaborar estos monitoreos en sus entidades durante los procesos electorales locales. En el caso del proceso 2017-2018, son 18 las entidades que estarán aportando información respecto a la cobertura de las campañas en los noticieros locales mediante estos monitoreos³.

Por otro lado, el INE emite 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 los candidatos independientes en cumplimiento a lo dispuesto por el artículo 160, numeral 3 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales”* (INE/CG24/2017). Estos lineamientos tienen como objetivo exhortar a los medios de comunicación a sumarse a la construcción de un marco de competencia electoral transparente y equitativa que permita llevar a la ciudadanía la información necesaria para la emisión de un voto razonado e informado.

² Celinda Lake, Alysia Snell, Cate Gormley y Flora Lethbridge-Cejku, *A Simulation of the Impact of Sexism in Campaigns*, Lake Research Partners, Berkeley, 2010. Citado en García Beaudoux, Virginia, D’Adamo, Orlando y Gavensly, Marina (2018). Una Tipología de los Sesgos y Estereotipos de Género en la Cobertura Periodística de las Mujeres Candidatas. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 24, pp. 113-129.

³ Estas entidades son Ciudad de México, Chiapas, Coahuila, Colima, Estado de México, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Morelos, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Tlaxcala, Veracruz y Zacatecas. Sin embargo, de estas entidades y a la fecha de la elaboración de este estudio, sólo los OPLE de las siguientes entidades han aprobado acuerdos referentes a la realización de monitoreos de noticieros: Coahuila, Colima, Estado de México, Guerrero, Puebla, Quintana Roo, San Luis Potosí, Tlaxcala, Veracruz y Zacatecas.

En su apartado de igualdad de género y no discriminación, los lineamientos recomiendan en primer lugar que la información electoral difundida por los programas noticiosos evite toda discriminación motivada por origen étnico, género, edad, discapacidades, condición social, condiciones de salud, religión, opiniones, preferencias sexuales, estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas. Recomiendan, además, que la cobertura de las campañas se realice con un enfoque transversal con perspectiva de género—es decir, que permita incluir a todas y todos los actores, sin diferenciar una condición principalmente referida a su sexo y género en todo el proceso noticioso. Por otro lado, se recomienda que noticieros se conduzcan en un ambiente de equidad al momento de informar sobre las candidatas y los candidatos a los cargos de elección, de manera que se dedique los espacios bajo las mismas condiciones a los candidatos de distinto género. Por último, recomiendan que en la información relativa a las campañas electorales se use un lenguaje, incluyente y no sexista y que no se utilicen estereotipos, como el uso de imágenes que puedan afectar la dignidad de mujeres y hombres, o transmitan estereotipos que fomenten roles tradicionales. Lo anterior, tiene como objetivo promover y respetar la igualdad entre mujeres y hombres, a través de conductas que orienten a la nación hacia el cumplimiento de la igualdad sustantiva en los ámbitos público y privado.

Estas prácticas, aunque van en decremento, impiden el avance de las mujeres en esferas de toma de decisiones y restringen sus posibilidades de ejercer su derecho político de acceder a un cargo público. Para ello, y con el objetivo de establecer un espacio de análisis y aportar en la visibilización de esta problemática, el INE se dio a la tarea de analizar de manera cualitativa y no exhaustiva diversos espacios noticiosos para identificar cobertura sexista o estereotípica durante los procesos electorales locales 2016-2017 en las entidades de Coahuila, Veracruz, Nayarit y el Estado de México.

II. Antecedentes

En febrero de 2017, la Dirección de Prerrogativas y Partidos Políticos (DEPPP) elaboró el informe *“Cobertura de medios y estereotipos de género en entrevistas en espacios noticiosos a candidatas y candidatos”*. En dicho informe se analizaron diversos espacios noticiosos de las tres entidades en las que participó una candidata en la contienda para la gubernatura (Sonora, Nuevo León y Colima) con el objetivo de identificar cobertura sexista durante los procesos electorales locales en esas entidades. Las candidatas a la gubernatura en estas entidades fueron las siguientes:

ENTIDAD	NOMBRE	PARTIDO/COALICIÓN
Sonora	Claudia Pavlovich Arellano	PRI-PVEM-NA
Nuevo León	Yvonne Álvarez García	PRI-PVEM-NA
Colima	Martha Zepeda del Toro	PRD

En total, se revisó el siguiente material, tras realizar una selección de noticieros locales en radio y televisión que reflejaran una diversidad de canales y estaciones, horarios de transmisión y audiencias:

- 29 horas en radio, correspondientes a tres noticieros, en Sonora.

- 66 horas en televisión, correspondientes a cuatro noticieros, y 10 horas en radio, correspondientes a 1 noticiero, en Nuevo León.
- 12 horas en radio, correspondiente a un noticiero, en Colima.

Cabe destacar que el análisis no incluyó el tiempo total de cobertura que recibieron las candidatas en los diversos espacios noticiosos de la entidad. Más bien, se dedicó a identificar piezas informativas, ya sea en el formato de entrevista, reportaje o noticia que reflejaran un trato estereotipado por parte del presentador o presentadora.

Dentro de los hallazgos generales de este análisis destacan que los estereotipos de género se encuentran presentes en las notas, tanto en noticieros de radio como de televisión, y que aquellas que contienen estereotipos son en su mayoría presentadas por fuentes femeninas. Es decir, las propias mujeres son, en diversas ocasiones, quienes perpetúan estos estereotipos.

Otro de los aspectos a que destacan en este análisis es que las notas que presentan estereotipos de género son en su mayoría de contenido no programático. En otras palabras, las preguntas y los temas de las notas sobre candidatas no tienen que ver con sus propuestas, con política pública o con aspectos de sus logros profesionales a diferencia de los candidatos.

Por otro lado, los estereotipos con más presencia en el material revisado tienen que ver con aquellos que refuerzan la imagen de la candidata en un rol doméstico, ya sea como madre, como esposa o como ama de casa o que existe un énfasis desproporcionado respecto de su vida privada. Asimismo, destacaron las notas en donde se enfatiza las características de la vestimenta o los rasgos físicos de la candidata.

Estos hallazgos fueron presentados en el Foro Internacional *“Asimetrías de Género en las Campañas Electorales: Financiamiento, Fiscalización, Cobertura Mediática de Campañas y Tratamiento de Candidaturas Femeninas en Espacios Noticiosos”*, el cual fue organizado de manera conjunta entre el Instituto Nacional Electoral (INE), el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF), la Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Electorales (FEPADE) y la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) los días 2 y 3 de marzo de 2017 en el marco del Día Internacional de la Mujer.

El objetivo general del evento fue propiciar un espacio de diálogo y reflexión entre actores- autoridades electorales, medios de comunicación, partidos políticos, academia, funcionarias y funcionarios públicos- en el que se estudien las condiciones de financiamiento, fiscalización y cobertura en medios de comunicación de las campañas electorales y sus asimetrías entre las candidatas y los candidatos para generar propuestas de mejora hacia una igualdad de condiciones entre mujeres y hombres.

Una de las conclusiones del Foro versó sobre la necesidad de continuar realizando estudios e investigaciones que nos proporcionen datos sobre la brecha de género y la manera en que se reproducen los estereotipos en los promocionales de los partidos políticos y en la cobertura de los

medios de comunicación, ya que estos constituyen el punto de partida para diseñar estrategias concretas para combatir la discriminación y los estereotipos en los medios de comunicación.

Por ello, en el marco de las discusiones de la Comisión Temporal para el Fortalecimiento de la Igualdad de Género y No Discriminación en la Participación Política de las Mujeres en el Proceso Electoral Federal 2017-2018, la DEPPP asumió el compromiso de elaborar el informe correspondiente a la cobertura de las campañas en los procesos electorales locales 2016-2017 en espacios noticiosos en radio y televisión en las entidades de Estado de México, Coahuila, Veracruz y Nayarit. Estas entidades registraron las siguientes candidaturas:

ENTIDAD	CARGO	CANDIDATOS	CANDIDATAS
Estado de México	Gubernatura	Alfredo del Mazo Maza Juan Manuel Zepeda Hernández Óscar González Yáñez ⁴	Delfina Gómez Álvarez Josefina Vázquez Mota Teresa Castell de Oro Palacios
Coahuila	Gubernatura	Armando Guadiana Tijerina Guillermo Anaya Llamas Javier Guerrero García José Ángel Pérez Hernández Luis Horacio Salinas Miguel Riquelme Solís	Mary Telma Guajardo
Veracruz	Presidencias Municipales (212)	742	701
Nayarit	Presidencias Municipales (20)	83	67

III. Metodología

Como se mencionó anteriormente, se trabajó sobre testigos de noticieros en las cuatro entidades federativas que tuvieron elecciones locales en 2017. Para el análisis, se eligieron noticieros locales en radio y televisión dentro del catálogo de noticieros que monitorea el INE que reflejaran una diversidad de canales y estaciones, incluyendo en la selección canales públicos y comerciales en una variedad de horarios. Asimismo, para la selección se consideraron noticieros con ratings altos y relevancia política media y alta. El material revisado se transmitió entre las fechas del 2 de abril al 31 de mayo, excepto por los noticieros de Veracruz, los cuales fueron revisados entre las fechas del 2 de mayo al primero de julio.

Para la revisión del material, se buscó localizar las notas informativas relacionadas con las candidatas y candidatos a los diversos cargos de elección local para identificar alguno o varios de los siguientes estereotipos de género en la cobertura⁵:

- Se presente a las candidatas en roles de víctimas u objetos sexuales;

⁴ Aunque el candidato declinó en favor de Delfina Gómez Álvarez el 26 de mayo de 2017, apareció en la boleta electoral y en los resultados del cómputo final de la elección.

⁵ Se utilizaron los supuestos de noticias estereotipadas presentados en el Manual de Monitoreo de Medios citado en la página anterior.

- Se refuerce una imagen de las candidatas vinculada a roles domésticos (madre, esposa o ama de casa) o exista un énfasis desproporcionado respecto de su vida privada;
- Se dé más peso en la nota a la vestimenta o rasgos físicos de la candidata minusvalorando sus acciones u ofertas electorales.

Por último, se registraron las siguientes variables de la pieza informativa en la que se identificaron los estereotipos de género.

Fecha:	La fecha en que se transmitió el noticiario
Entidad:	Entidad federativa donde se transmitió el noticiario
Nombre del noticiario:	Nombre del noticiario
Género de la fuente:	Género de la persona que habla o brinda la información
Actor/a:	Persona sobre quien habla la fuente
Partido:	Partido político al que pertenece el actor/a
Tema:	La información relacionada con el proceso electoral. Se identificó si el tema es programático (plataforma, políticas públicas, agenda) o no programático (no aluden directa ni indirectamente a una política pública, sino que tienen que ver más con la coyuntura, incidentes de campaña o el mismo proceso electoral)
Sección:	Bloque en el que aparece la información analizada (si lo hay)
Género periodístico:	Noticia, reportaje, entrevista u otro
Tiempo total:	Tiempo de duración de la nota informativa
Imagen:	La ayuda visual que acompaña la nota informativa. Se aclaró si se incluye una imagen y si ésta corresponde a la fuente, al actor(a) o a ambos.

En total, se revisó el siguiente material:

- Estado de México: 146 horas correspondientes a tres noticieros de televisión y 67 horas correspondientes a dos noticieros en radio
- Coahuila: 35 horas correspondientes a tres noticieros en televisión y 112 horas correspondientes a tres noticieros en radio
- Veracruz: 104 horas correspondientes a dos noticieros en televisión y 93 horas correspondientes a tres noticieros en radio
- Nayarit: 61 horas correspondientes a dos noticieros en televisión y 70 horas correspondientes a dos noticieros en radio

Los noticieros revisados en televisión son los siguientes:

ENTIDAD	NOMBRE DEL NOTICIERO	NOMBRE DE LA EMISORA Y FRECUENCIA	HORARIO DE TRANSMISIÓN
Coahuila	Telediario Matutino	Multimedios TV Canal 23	Lunes a Viernes 6:00-9:30 horas
Coahuila	Hechos Meridiano Laguna	Azteca 13 Canal 39	Lunes a Viernes 14:30-15:00 horas

ENTIDAD	NOMBRE DEL NOTICIERO	NOMBRE DE LA EMISORA Y FRECUENCIA	HORARIO DE TRANSMISIÓN
Coahuila	Las Noticias Nocturno	Gala TV Canal 47	Lunes a Viernes 20:00-21:00 horas
Veracruz	Nuevo Día	Televisa Veracruz Canal 24	Lunes a Viernes 6:30-8:30 horas
Veracruz	Hechos Meridiano Coatzacoalcos	Azteca 13 Canal 43	Lunes a Viernes 14:30-15:00 horas
Nayarit	Al Momento	Canal Consentido Canal 36	Lunes a Viernes 20:00-21:00 horas
Nayarit	Info 10 Primera Edición	Tele 10 Canal 24	Lunes a Viernes 7:00 a 8:00 horas
Estado de México	MXQ Noticias Matutino	TV Mexiquense Canal 20	Lunes a Viernes 6:30-8:30 horas
Estado de México	MXQ Noticias Vespertino	TV Mexiquense Canal 20	Lunes a Viernes 15:00 -15:30 horas
Estado de México	MXQ Noticias Nocturno	TV Mexiquense Canal 20	Lunes a Viernes 21:00-22:00 horas

Los noticieros revisados en radio son los siguientes:

ENTIDAD	NOMBRE DEL NOTICIERO	NOMBRE DE LA EMISORA Y FRECUENCIA	HORARIO DE TRANSMISIÓN
Coahuila	RCG Noticias	La SJ 103.3	Lunes a Sábado 14:00-15:00 horas
Coahuila	Informativo Coahuila Tercera Emisión	Sistema Estatal de Radio 97.9	Lunes a Viernes 19:00-20:00 horas
Coahuila	Radio Zócalo Saltillo	Amor 107.1	Lunes a Sábado 7:00-9:00 horas
Veracruz	Noticiero de la U Primera Emisión	La U de Veracruz 98.1	Sábado 7:00-8:00 horas
Veracruz	MVS Noticias	EXA FM 101.9	Lunes a Viernes 13:00-14:00 horas
Veracruz	PN Noticias	Cadena Más Latina 96.5	Lunes a Viernes 7:00-9:00 horas
Nayarit	La Red de Radio Red en Nayarit	La Patrona 98.1	Lunes a Viernes 7:00-8:00 horas
Nayarit	En Punto	La Poderosa 92.9	Lunes a Viernes 14:00 a 15:00 horas
Estado de México	MXQ Noticias	Radio Mexiquense 97.7	Lunes a Viernes 6:00-8:45 horas
Estado de México	7 24 Noticias	Nuerotica 102.1	Lunes a Viernes 14:00-15:00 horas

Cabe destacar que el análisis no incluyó el tiempo total de cobertura que recibieron las candidatas en los diversos espacios noticiosos de cada entidad. Más bien, se trata de un análisis cualitativo y no exhaustivo de piezas informativas identificadas en los noticieros mencionados, ya sea en el formato de entrevista, reportaje, noticia u otro, que reflejaran un trato estereotipado por parte del presentador o presentadora y no de otros candidatos o actores.

IV. Análisis

A partir del material revisado, se construyeron las siguientes tablas para identificar ejemplos de piezas informativas con estereotipos de género.

Ficha de recolección de información. Televisión

Fecha	Entidad	Nombre noticiario	Género de la fuente	Actora	Partido	Tema	Sección	Género Periodístico	Tiempo total	Imagen	Estereotipo
10/04	Estado de México	MXQ Noticias Nocturno	M	Delfina Gómez	Coalición Morena-PT	No programático	Voto 2017	Entrevista	21'16"-24'03"	Ambos	Rol de víctima
11/04	Estado de México	MXQ Noticias Nocturno	M	Teresa Castell	Independiente	No programático	Voto 2017	Entrevista	31'36"-32'52"	Ambos	Rol de madre/esposa
29/05	Estado de México	MXQ Noticias Nocturno	M	Teresa Castell	Independiente	No programático	Voto 2017	Entrevista	27'03"-27'52"	Ambos	Rol de madre/esposa

Ficha de recolección de información. Radio

Fecha	Entidad	Nombre noticiario	Género de la fuente	Actora	Partido	Tema	Sección	Género Periodístico	Tiempo total	Estereotipo
28/04	Coahuila	Radio Zócalo Saltillo	M	Mary Telma Guajardo	PRD	Programático	-	Comentario	49'05"-50'35"	Rol de madre
22/05	Veracruz	Nuevo Día	F	Marliz Platas Luna	Coalición PAN-PRD	No programático	Rumbo a decisión 2017	Reportaje	1h 13'12"-1h15'40"	Rol de esposa
24/05	Veracruz	Nuevo Día	F	Margarita Garrido Medrano	Coalición PRI-PVEM	No programático	Rumbo a decisión 2017	Reportaje	1 h 13'00"-1h 16'37"	Rol de madre

De manera general, se puede observar que los estereotipos son reproducidos tanto por hombres como mujeres en los noticieros analizados. Por su parte, el estereotipo más reproducido fue aquel que destaca el rol de las candidatas como esposas y/o como madres. En un solo caso se identificó un estereotipo que colocó a la candidata como una víctima de otro actor político. Asimismo, y a diferencia del análisis realizado en los procesos electorales locales 2014-2015, no se identificó ningún caso alusivo a la vestimenta o rasgos físicos de las candidatas.

Al concentrar la cobertura de las mujeres en su estado civil y sus roles como madres, y no en propuestas de políticas o sus trayectorias profesionales, las hace verse con menos experiencia que sus contrapartes masculinas, a quienes frecuentemente se les cubre con una concentración en lo profesional.

Por otro lado, si bien la reproducción de estereotipos en los noticieros se da generalmente sobre contenido no programático, se puede destacar un ejemplo en el que el conductor de un noticiero destaca a la única candidata a la gubernatura en Coahuila como aquella cuyas propuestas dirigidas a las mujeres son las más interesantes al ser ella misma mujer.

A continuación se presentan los resultados por entidad federativa analizada.

Estado de México

De manera inédita, la elección a la gubernatura del Estado de México contó con tres candidatas; dos procedentes de partidos políticos y una independiente. Una de las temáticas recurrentes durante las campañas tuvo que ver con el papel del líder nacional del partido Morena en la campaña de la candidata a la gubernatura por ese partido, Delfina Gómez Álvarez. Diversos actores políticos reprodujeron un mensaje de ataque contra la candidata afirmando que ésta estaba siendo utilizada por el presidente del partido político Morena y que realmente él era quien iba a gobernar la entidad.

Esta narrativa fue reproducida en algunos medios de comunicación y en redes sociales, presentando a la candidata como una víctima del líder nacional de su partido, al estar siendo utilizada por el mismo. En el caso concreto que se presenta, el conductor del noticiero MXQ Noticias Nocturno le preguntó a la candidata en una entrevista si no sería mejor que ella “se aventara sola en todo”, sugiriendo que la campaña estaba siendo manejada por el presidente de su partido y no por ella. Incluso, el conductor sugirió que la candidata se pueda arrepentir del papel preponderante que tomó el líder nacional de Morena en su campaña y que ella no podía afirmar que “si gano, gano yo y si pierdo, pierdo yo”, poniendo en duda que la candidata pueda tomar decisiones dentro de la misma.

Este tema ocupó alrededor de tres minutos en una entrevista de 15 minutos; es decir, una quinta parte de la misma, reproduciendo un estereotipo que victimiza a la candidata como una especie de títere de una figura masculina de poder; en este caso, el presidente nacional de su partido. La asociación permanente que se le dio a la candidata con el presidente de su partido a menudo la hizo parecer como una persona sometida y manipulada por esa figura, trivializando su experiencia previa y sus méritos para ser candidata.

Por otro lado, en el mismo noticiero se entrevistó a la candidata independiente Teresa Castell en dos ocasiones, una al inicio de la campaña y una al cierre de la misma. En la primera ocasión, el presentador le cuestionó a la candidata si consideraba su condición de independiente y de mujer como una fortaleza o como una debilidad. Asimismo, se le preguntó su estado civil a diferencia del resto de las candidaturas, que también acudieron al noticiero para una entrevista al menos una vez.

Este estereotipo se reprodujo en su entrevista al cierre de las campañas, en donde se le preguntó a la candidata si a su familia “le urgía verla a partir del cinco de junio” (día de las elecciones). Con estas representaciones, se hace una alusión directa a la vida doméstica de la candidata y al estereotipo que ordena que las mujeres deben hacerse cargo de las tareas de cuidado de los diferentes miembros de la familia, excluyéndola de la esfera pública. El comentario específico del conductor hizo alusión directa a la manera en que la candidata no había desempeñado estas tareas durante el periodo de las campañas por realizar actividades propias de las mismas, transmitiendo un mensaje de mala conciliación entre la vida familiar y la vida laboral. Este tipo de representaciones contribuyen a que el electorado no conciba a las candidatas en una posición ejecutiva o de alta responsabilidad.

Coahuila

En el estado de Coahuila, el noticiero analizado presentó en su segmento dedicado al proceso electoral local un comentario entre la y el conductor del mismo, en el que se hablaba de propuestas de la candidata y los candidatos para apoyar a las mujeres. En ese sentido, el conductor mencionó que la candidata a la gubernatura por el PRD, Mary Telma Guajardo, presentaba una propuesta importante en torno a las guarderías para madres que trabajan. De acuerdo a los comentarios del conductor, muchas veces las mujeres que trabajan dejan a los niños descuidados y por tanto en el noticiero se han tenido que dar lamentables noticias por ausencia de los padres. Entonces, dado que la candidata es madre y es mujer, es ella quien mejor enfoque puede ofrecer en torno a propuestas para las mujeres. En ese sentido, el conductor hace alusión a la condición de madre de la candidata al momento de presentar las propuestas de los diversos candidatos en torno a las mujeres.

En esta ocasión, el estereotipo utilizado presenta un enfoque distinto, al presentarse en el marco de una discusión en torno a las políticas y propuestas de las y los candidatos y no en torno a una discusión superficial de la vida doméstica de la candidata. Sin embargo, el efecto es similar, en el sentido de que se alude a su género para sugerir que la candidata está calificada para emitir su posicionamiento en torno a un tema en específico, en este caso, el cuidado de los hijos. En ese sentido, dado que a las mujeres se les asocia directamente con la responsabilidad de realizar las tareas de cuidado, el conductor sugirió que era la candidata la más apta para emitir este tipo de posicionamientos, ignorando su trayectoria o su experiencia en política pública.

Veracruz

En el caso de Veracruz, el noticiero “Nuevo Día” reportó acerca de las y los aspirantes a las alcaldías de los diversos municipios. En el segmento dedicado al municipio de Alvarado el día 22 de mayo de 2017, la presentadora habló de las y los siete aspirantes a la alcaldía. Al hablar de la candidata de la coalición PAN-PRD, la presentadora destacó que la candidata ha dirigido el DIF local, al ser la esposa del alcalde en turno. En ese sentido, se destaca que la experiencia de la candidata funge en torno al cargo de su esposo. Como lo afirman Beaudoux, D’Adamo y Gavensky (2018)⁶, cuando se define a las candidatas y políticas a partir de su relación con hombres influyentes, se trivializa sus propios méritos y, de modo implícito, levanta sospechas sobre la legitimidad de sus logros. Cabe destacar que del resto de los candidatos no se mencionó su estado civil, a excepción del candidato del Partido Verde Ecologista de México.

Por su parte, en el segmento dedicado al municipio de Coatepec el día 24 de mayo de 2017, la presentadora habló de las y los ocho aspirantes a la alcaldía del mismo. Al hablar de la candidata de la coalición PRI-PVEM, la presentadora destacó su calidad de madre soltera con dos hijos, mientras que de los demás candidatos no hizo mención alguna de su estado civil o de su familia, enfocándose más bien en la experiencia con la que cuentan, su formación académica y sus propuestas de campaña.

V. Conclusión

Si bien hay que resaltar que parecería que los estereotipos de género se reproducen cada vez con menor frecuencia en la cobertura de las campañas en los espacios noticiosos, éstos aún se encuentran presentes, proyectando así a las mujeres como actoras ajenas al ejercicio del poder público y limitadas al ámbito privado. Así lo demuestran los datos presentados, al identificar a las candidatas como esposas, como madres o como víctimas antes de cualquier otro atributo.

Sin embargo, como lo establece la “Guía para medios de comunicación y partidos políticos: Hacia una cobertura de los procesos electorales libre de discriminación” elaborada por el INE, si bien asignar estereotipos y categorizar a las personas tiene una utilidad práctica porque ayuda a simplificar la complejidad del mundo que nos rodea, esta generalización vulnera, limita, menoscaba o impide el ejercicio de un derecho, incidiendo negativamente en la calidad de nuestra democracia.⁷

El INE, en su compromiso por el logro de una democracia sustantiva y paritaria, ha tomado importantes medidas para atraer la atención a este tema, con la elaboración de estudios y de guías de cobertura sin discriminación, como la mencionada anteriormente, así como con capacitación a partidos políticos y a las mismas candidatas. Sin embargo, es necesario contar con mayor información que permita identificar la correlación entre el tiempo total de cobertura que reciben las candidatas y la presencia de estereotipos en la misma, ya que si bien se identificaron pocos ejemplos de

⁶ García Beaudoux, Virginia, D’Adamo, Orlando y Gavensky, Marina (2018). Una Tipología de los Sesgos y Estereotipos de Género en la Cobertura Periodística de las Mujeres Candidatas. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 24, pp. 113-129.

⁷ Instituto Nacional Electoral. (2017). *Guía para medios de comunicación y partidos políticos: Hacia una cobertura de los procesos electorales libre de discriminación*. Ciudad de México.

estereotipos en el presente análisis, lo cierto es que, con excepción del Estado de México, pocas candidaturas femeninas generaron el mismo interés por parte de los medios de comunicación como las candidaturas masculinas.

En el estado de Coahuila, por ejemplo, la contienda por la gubernatura se centró en los candidatos del PRI y del PAN, por lo que la cobertura que recibió la única candidata, Mary Telma Guajardo del PRD, fue considerablemente menor, reduciendo así las posibilidades de identificar estereotipos en la misma. En Nayarit, por ejemplo, la contienda por la gubernatura no contó con candidatas, haciendo de los candidatos el principal enfoque de la cobertura.

En el Estado de México se contó con tres candidatas a la gubernatura, lo cual aseguró una mayor cobertura a sus campañas. Sin embargo, es importante destacar que en uno de los noticieros analizados no se hizo una sola mención a la candidata que contendió por la vía independiente.

Sin duda, el Proceso Electoral Federal 2017-2018, al ser el más grande en la historia del país por el número de elecciones locales que concurren con la elección federal, brindará una oportunidad sin precedentes para realizar este tipo de análisis, que nos permita contar con mayor información respecto a la cobertura de las candidaturas femeninas. El monitoreo de espacios noticiosos que se realiza desde la Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM será un valioso insumo para este fin. Otro insumo importante serán los monitoreos realizados desde las propias entidades federativas de los procesos electorales locales. Asimismo, las medidas afirmativas aprobadas por el Consejo General para las listas de candidaturas al Senado y a la Cámara de Diputados, aunadas a aquellas establecidas en la Constitución como resultado de la reforma electoral de 2014, nos permitirán contar con un número sin precedentes de candidatas, que sin duda generarán una cantidad importante de información para los medios de comunicación que hará posible un análisis más amplio y más profundo.