

# Género, elecciones y cobertura mediática. Análisis de la elección intermedia de 2015 en el Distrito Federal

Víctor Ávila Torres, Tania Jimena Enríquez Mier

## RESUMEN

Este artículo presenta un reporte a profundidad de los resultados arrojados por el Monitoreo de Medios que realizó la Universidad Iberoamericana, Ciudad de México para el Instituto Electoral del Distrito Federal en 2015. En este caso, nos enfocamos en los resultados del mismo desde la perspectiva de la equidad de género, en función del comportamiento de los medios de comunicación y los resultados de la contienda. Si bien no se trata de un estudio teórico a profundidad sí pretende analizar de forma más detallada los resultados obtenidos en dicho ejercicio que se publicaron en <http://www.elecciondf2015.org/>.

*Palabras clave:* mujeres, equidad, elecciones, cobertura, medios, género

## ABSTRACT

This article presents a report of the results given for the Media Monitoring exercise developed by Universidad Iberoamericana, Mexico City and Instituto Electoral del Distrito Federal. In this case, it is viewed from genre perspective and gender equality, in regard of the behavior of media and the final results of the election. If it is true that this is not a deep theoretical article it indeed analyze in a wider form the results obtained by the exercise and made public at disposal at <http://www.elecciondf2015.org/>.

*Keywords:* women, media, equity, elections, media coverage, gender

Fecha de recepción: 23 de septiembre de 2015

Fecha de aceptación: 10 de diciembre de 2015

## INTRODUCCIÓN

50

**E**l proceso electoral del Distrito Federal en el 2015, consistió en la renovación de las 16 Jefaturas delegacionales y los 66 integrantes de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, 40 por mayoría relativa y 26 por representación proporcional. Estas elecciones se enmarcan en la reforma al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales en el que se indica a los partidos que el 50% de sus candidaturas sean para mujeres y 50 para hombres. Así mismo, éstas serían para el Instituto Electoral del Distrito Federal (IEDF) las primeras en tener un proceso de monitoreo en medios de comunicación electrónicos (radio y televisión). Dicho monitoreo fue coordinado por el Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana de la Ciudad de México (UIA) y entre sus diversas variables consideró una de género. Más allá de los resultados presentados en cada caso para el pleno del IEDF, este reporte trata de profundizar en la manera en la que dichos medios de comunicación abordaron su cobertura desde una perspectiva de género.

## LEGISLACIÓN Y PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN EL ÁMBITO POLÍTICO

La presencia de las mujeres en el espacio político se ha caracterizado, durante muchos años, por ser limitada. El ámbito político se edificó como una estructura que restringió su derecho para acceder y participar de la misma manera que los hombres. Este tipo de limitantes no están supeditadas a lo político y se puede encontrar en muchos otros fenómenos e instituciones sociales. Si bien en las últimas dos décadas se observa un incremento sustantivo en la participación de las mujeres a cargos públicos y de representación política, la brecha de desigualdad entre hombres y mujeres sigue siendo grande.

Las primeras acciones afirmativas con el propósito de promover la participación real y equitativa entre mujeres y hombres en el ámbito político se introducen paulatinamente en la legislación electoral a partir de 1993. Las primeras reformas del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) en materia de igualdad de género se basaron en recomendaciones a los partidos políticos para promover la participación política de las mujeres y considerar en sus estatutos la cuota de género. Lo anterior se tradujo en que las candidaturas no excedieran el 70% para un mismo género. No obstante, la aplicación de dichas recomendaciones careció, en su conjunto, de reglas o mecanismos de sanción para su cumplimiento.

Una nueva reforma al COFIPE en el 2002 introdujo, con carácter de obligatoriedad, el establecimiento de la cuota de género para garantizar la participación de las mujeres y respetar la ecuación del 70 y 30% de candidaturas para ambos sexos. En el 2008 se estableció un incremento en la cuota de género que pasó del 30 al 40%; así como la obligación de los partidos políticos de asignar un porcentaje del financiamiento público hacia acciones afirmativas a favor de la mujer (Medina, 2010). Estos avances tomaron nuevamente un giro sustancial tras la promulgación de la reforma político-electoral que elevó a rango constitucional el principio de paridad de candidaturas en 2013. En el 2014 se firmó la iniciativa de reforma del COFIPE para que las candidaturas a diputados y senadores que presenten los partidos políticos integren un 50% tanto para hombres como para mujeres.

La introducción de la paridad de género en la ley promovió cambios sustantivos en los procesos y resultados electorales. Es así como en la elección intermedia<sup>1</sup> del 2015 se garantizó, por primera vez, la cuota de género del 50%. Los datos muestran la repercusión positiva en el aumento del número de mujeres legisladoras. Indican que la participación

<sup>1</sup> En México, cada 6 años se elige al Poder Ejecutivo a nivel Federal. Así mismo en la Ciudad de México se desarrolla la elección para Jefe de Gobierno cada seis años. En cambio, las legislaturas en ambos niveles se renuevan cada 3 años, a las elecciones en las que no se elige ejecutivo se les conoce como “intermedias”.

de la mujer como candidata, se ha incrementado sustantivamente en los últimos años: de 2000 al 2015, el porcentaje de legisladoras pasó del 16.8% al 42.4% en la cámara baja. El mismo fenómeno se presenta en la cámara alta: la presencia de mujeres en el senado aumentó del 16.4% en 2000, al 33.59% en 2015.<sup>2</sup>

TABLA I  
*Composición de la Cámara de Diputados Federal 2000-2015*<sup>3</sup>

<i>Elección Año</i>	<i>Mujeres</i>	
	<i>#</i>	<i>%</i>
2000-2003	84	16.80
2003-2006	124	24.90
2006-2009	113	22.60
2009-2012	140	28.10
2012-2015	188	37.00
2015-2018	212	42.40

52

#### CUOTAS DE GÉNERO Y EL PROCESO ELECTORAL DEL DISTRITO FEDERAL

Los avances de la legislación en materia de cuotas de género a nivel nacional se han constituido como la base para promover el acceso efectivo de la mujer en el espacio político local; sin embargo, su evolución ha sido mucho más lenta si se le compara con el escenario federal. Aunque los resultados varían según los estados de la República, éstos se encuentran muy por debajo del escenario nacional. Por ejemplo, de 1991 al 2012 se registró únicamente un incremento del 9.6% de la presencia de mujeres en diputaciones locales.

<sup>2</sup> Cifras a partir del Observatorio de Participación Política de las Mujeres, [www.aplicaciones.inmujeres.gob.mx/observatorio/](http://www.aplicaciones.inmujeres.gob.mx/observatorio/)

<sup>3</sup> Fuente: IEDF.

A diferencia de los estados, el Distrito Federal se mantuvo desde su creación bajo un estatus particular caracterizado por la ausencia de poderes locales electos. La designación del Jefe del Departamento del Distrito Federal y sus delegados era realizada por el presidente de la República hasta la reforma política de 1996. En 1997 se realiza, por primera vez, una elección para elegir al Jefe de Gobierno del Distrito Federal y representantes legislativos, con lo que se pondría fin a la tradición del nombramiento presidencial. Asimismo, se aprobó la elección directa de los delegados que tendría lugar por primera vez en el año 2000.

A partir de ese momento, el desarrollo antes explicado de las cuotas de género ha ido en crecimiento en diversos procesos electorales y en distintos órdenes de gobierno. Sin embargo, la cuota sobre las candidaturas no parece ser un factor determinante para que se materialice una paridad efectiva en los puestos de poder. En términos absolutos, desde el año 2000, la proporción de mujeres en cargos legislativos del Distrito Federal se ha mantenido estable: alrededor de un tercio de los escaños disponibles.

53

TABLA 2  
*Composición de la ALDF desagregada por sexo: 2000-2015<sup>4</sup>*

<i>Elección Año</i>	<i>Mujeres</i>		<i>Hombres</i>	
	<i>#</i>	<i>%</i>	<i>#</i>	<i>%</i>
2000	22	33.33	44	66.66
2003	12	33.33	44	66.66
2006	16	24.24	50	75.75
2009	18	27.27	48	72.72
2012	22	33.33	44	66.66
2015	28	42.4	38	57.6

<sup>4</sup> Cifras a partir del Observatorio de Participación Política en la Ciudad de México, [www.observatoriomujeres.iedf.org.mx](http://www.observatoriomujeres.iedf.org.mx)

En contraste, la participación de las mujeres en las jefaturas delegacionales ha mostrado avances, pero también retrocesos importantes. Tal como se muestra en la siguiente gráfica, en la elección del 2006 y del 2009 solamente una mujer ocupó el cargo de delegada durante los periodos mencionados.

TABLA 3  
*Composición de 16 delegaciones desagregado por sexo:  
2000-2015<sup>5</sup>*

54

<i>Elección Año</i>	<i>Mujeres</i>		<i>Hombres</i>	
	<i>#</i>	<i>%</i>	<i>#</i>	<i>%</i>
2000	6	37.5	10	62.5
2003	5	31.25	11	68.75
2006	1	6.25	15	93.75
2009	1	6.25	15	93.75
2012	5	31.25	11	68.75
2015	4	25	12	75

La elección del 2015 se caracterizó por garantizar la paridad de género en candidaturas tanto en las jefaturas delegacionales y diputaciones locales. Tal como lo muestra el siguiente recuadro, en total contendieron 210 candidatas frente a 211 candidatos por la vía de los partidos políticos. En cuanto a los candidatos independientes, no cubiertos por esta norma, se obtuvieron un total de 11, divididos en 2 mujeres y 9 hombres.

<sup>5</sup> Cifras a partir del Observatorio de Participación Política en la Ciudad de México, [www.observatoriomujeres.iedf.org.mx](http://www.observatoriomujeres.iedf.org.mx)

TABLA 4  
*Candidaturas por partido político desagregadas por sexo: 2015<sup>6</sup>*

<i>Partido Político</i>	ALDF		JEFES DELEGACIONALES	
	<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>
PAN	20	20	8	8
PRI-PVEM	20	20	8	8
PRD	1	2	1	1
PRD-PT	0	0	6	5
PRD-PT-PANAL	16	18	1	2
PT	2	2	1	1
Movimiento Ciudadano	18	18	8	8
Nueva Alianza	13	14	7	6
Morena	19	19	8	8
Partido Humanista	20	20	7	8
Encuentro Social	18	15	8	8
Total de candidaturas por partidos	147	148	63	63
Independientes	1	3	1	6
Total de candidaturas	148	151	64	69

55

De este modo, la totalidad de los partidos políticos cumplieron con la cuota de género; sin embargo, ¿dicha acción afirmativa se tradujo en el acceso efectivo a cargos públicos de elección?.

En el caso de la elección para las 16 jefaturas delegacionales se observa que el número de mujeres que accedieron a cargos de elección popular no representa la misma proporción de postuladas: solamente 4 de 16 delegaciones fueron ganadas por mujeres como lo muestra el siguiente recuadro.

<sup>6</sup> Únicamente se integraron los candidatos a diputados por mayoría relativa y no se consideraron los candidatos por la vía plurinominal.

TABLA 5

*Mujeres candidatas y electas para jefatura delegacional: 2015<sup>7</sup>*

<i>Delegación</i>	<i>Candidatas</i>	<i>Electas</i>
Álvaro Obregón	5	1
Azcapotzalco	4	0
Benito Juárez	3	0
Coyoacán	4	0
Cuajimalpa de Morelos	3	0
Cuauhtémoc	4	0
Gustavo A. Madero	1	0
Iztacalco	5	0
Iztapalapa	5	1
Magdalena Contreras	4	0
Miguel Hidalgo	3	1
Milpa Alta	4	0
Tláhuac	4	0
Tlalpan	3	1
Venustiano Carranza	7	0
Xochimilco	3	0

56

Si bien la cuota de género representa una medida para promover la participación equilibrada entre hombres y mujeres, por sí sola difícilmente podrá romper con barreras culturales e institucionales que restringen el acceso real de las mujeres a puestos de poder. Y es que entre algunos factores que limitan la paridad de género se podrían suponer las candidaturas de mujeres en distritos poco competitivos, la falta de interés por parte de los partidos políticos por alcanzar el equilibrio de género, la persistencia a una cultura machista en la actividad política y los intereses particulares que circulan al interior de los partidos al momento de la designación de sus candidaturas.

<sup>7</sup> Fuente: IEDF



Asimismo, y como objeto de este reporte, existe una cobertura inequitativa de los medios de comunicación sobre las candidatas y por tanto un menor conocimiento ciudadano.

#### ELECCIONES, COBERTURA MEDIÁTICA Y PARIDAD DE GÉNERO

A partir de los años noventa, se han realizado diversos estudios sobre la cobertura mediática a nivel internacional, particularmente algunos desde la perspectiva de género. En algunas de esas investigaciones se constatan los obstáculos estructurales y culturales a los que se enfrentan las mujeres al acceder a medios de comunicación durante un proceso electoral (Jalazai, 2006).

57

Algunos estudios han demostrado que la cobertura mediática de candidatas, por ejemplo, se encuentra asociada a estereotipos en donde los medios de comunicación reproducen los roles tradicionales de género. Estas investigaciones han expuesto que existen asociaciones temáticas del ámbito “femenino” y “masculino”: a las mujeres se les identifica en su mayoría con problemáticas y propuestas sociales, por ejemplo los relacionados con la pobreza, educación, protección de niños, salud y género; mientras que los hombres tratan cuestiones económicas, de seguridad, política exterior, entre otros. (Kahn, 1996).

Asimismo, académicos y académicas se han dado a la tarea de analizar el impacto y la influencia de los estereotipos de género en el comportamiento electoral durante las campañas políticas (Dolan, 2014).

En otros casos se ha llegado a la conclusión de que la cobertura informativa de las candidatas se centra más en su vida personal y aspectos físicos que en sus propuestas de campaña. Esto sugiere que los medios de comunicación buscan mayoritariamente historias o relatos que tengan relación con la vida privada de la aspirante —estado civil, familia—, la manera como se comporta, su vestimenta o su peinado (Aday y Devitt, 2001).

La inequidad entre hombres y mujeres en la cobertura mediática también ha sido un área de interés para la investigación académica. En América Latina, monitoreos de diversas campañas políticas en medios de comunicación separada por sexo, han demostrado que las candidatas obtienen una menor cobertura en tiempo y menciones por parte de los medios electrónicos y prensa escrita que los candidatos.<sup>8</sup> Lo anterior, según estudios, limita la posibilidad de visibilidad y penetración masiva con el electorado, lo cual convierte la campaña electoral en un proceso inequitativo.<sup>9</sup>

58

Como se ha subrayado, los estudios que analizan la equidad de género en la cobertura mediática durante los procesos electorales son relativamente recientes. Uno de los propósitos consiste en documentar el desempeño de los medios para determinar si en la cobertura se goza de iguales oportunidades para presentar los mensajes de las y los candidatos.

En México, la generación de información relativa a la cobertura informativa de las campañas políticas con perspectiva de género ha sido incipiente. La mayor parte de la información estadística desagregada por sexo, durante las elecciones, ha sido generada por el Instituto Nacional Electoral y algunos institutos locales, en colaboración con

<sup>8</sup> La investigación realizada por el Instituto de Ciencia Política de la Universidad de la República y la Comisión Nacional de Seguimiento Mujeres por Democracia, Equidad y Ciudadanía, llegó a la conclusión que en las elecciones generales de Uruguay del 2009, por ejemplo, solamente un 13.2% de las apariciones en las noticias de campaña en prensa, radio y televisión fueron destinadas a las candidatas. Otro estudio realizado por IDEA Internacional y la Asociación Civil Transparencia reveló que las candidaturas femeninas al Congreso obtuvieron un 19% de cobertura en prensa escrita, un 22% en televisión y un 26% en radio, pese a que las mujeres representaban el 39% del total de candidaturas en 2006.

<sup>9</sup> Ver reportes del Proyecto Mundial de Monitoreo de Medios (GMMP). Iniciativa mundial que integra 130 países y que realiza cada cinco años desde 1995 el monitoreo de noticias en periódicos nacionales, televisión, radio, sitios web y redes sociales desde una perspectiva de género. Beatriz Llanos y Nina Juana, "Mirando con lentes de género la cobertura electoral. Manual de monitoreo de Medios", 2011, IDEA Internacional y ONU Mujeres.

instituciones académicas y organizaciones no gubernamentales. En este caso, el IEDF realiza por primera vez en su historia un ejercicio de monitoreo de medios, similar al que realiza la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) para las elecciones de nivel federal.

La falta de generación y sistematización de estadísticas nacionales y locales impiden observar con precisión la evolución de las brechas de género relativas a la equidad en tiempo y menciones en medios informativos. De ahí la importancia de la producción y publicación de la información estadística que contemple indicadores de género para identificar las eventuales diferencias en la cobertura de las candidaturas por los diversos medios de comunicación.

Los medios de comunicación han jugado un rol fundamental durante los procesos electorales, pues se constituyen como fuentes primarias de información sobre los candidatos, sus propuestas y estrategias de campaña. Es por ello que, monitorear la producción y el comportamiento informativo es un ejercicio relevante para fomentar la imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer.

59

#### SUB-REPRESENTACIÓN Y ACCESO A ESPACIOS INFORMATIVOS: ELECCIÓN INTERMEDIA

El presente análisis tiene como propósito examinar y medir la presencia de las mujeres candidatas en la cobertura mediática del proceso electoral del Distrito Federal, mediante el uso desagregado de los datos cuantitativos por sexo y al tomar en cuenta el posible trato diferenciado que se pudo dar a candidatos según hayan sido hombres o mujeres.<sup>10</sup> El objetivo es visibilizar, desde un enfoque cuantitativo, el contexto mediático en el que se desarrollaron las campañas. Este análisis se basa

<sup>10</sup> Durante la campaña intermedia del 2015 en el Distrito Federal para la elección de diputados locales y jefes delegacionales se implementó el observatorio de medios, un proyecto de colaboración entre la Universidad Iberoamericana en la Ciudad de México y el Instituto Electoral del Distrito Federal.

únicamente en el monitoreo diario de 41 programas noticiosos (16 de radio y 25 de televisión) durante el período comprendido del 27 de abril al 10 de mayo de 2015. La metodología utilizada fue propuesta por la UIA y aceptada por el pleno del consejo del IEDF.<sup>11</sup>

Los resultados del monitoreo revelan que la presencia de las candidatas en los medios de comunicación fue mucho menor que la de los candidatos para la elección de jefes delegacionales y diputados locales. En términos generales, las mujeres obtuvieron solamente el 34% en exposición mediática frente a un 66% para los hombres, pese a que las aspirantes representaban un 50% de las candidaturas totales.

60 La cobertura en tiempo para las mujeres candidatas en televisión fue de 35 minutos y 21 segundos; mientras que en radio fue de 6 horas, 38 minutos y 46 segundos. En cobertura que no hizo referencia a ningún candidato en particular y por tanto, a ningún género, se obtuvo un total de 5 horas y 44 minutos. Esa clasificación no se considera en la Tabla 6.

TABLA 6  
*Distribución de tiempo y menciones en medios  
desagregado por sexo: 2015*

<i>Candidatura</i>	<i>Tiempo</i>		<i>Menciones</i>	
	#	%	#	%
Hombre	14:12:56	66%	383	64%
Mujer	7:14:07	34%	220	36%
Total	21:27:03	100%	603	100%

Otro elemento de hallazgo del monitoreo es el interés que los medios mantuvieron por ciertos candidatos y candidatas. El análisis de las men-

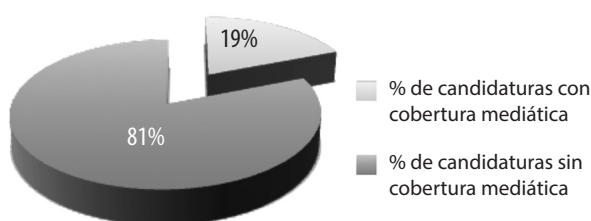
<sup>11</sup> Se puede consultar en [http://www.elecciondf2015.org/?page\\_id=35](http://www.elecciondf2015.org/?page_id=35)

ciones en términos de actores muestra que se privilegió el acceso en los espacios noticiosos a una minoría de candidaturas, si se les compara con el número total de aspirantes a un cargo de elección popular. Esto es, los medios de comunicación cubrieron e informaron sobre la actividad de campaña de 81 candidatos y candidatas de un total de 432 aspirantes. Dicho de otro modo, solamente el 18.75% de las candidaturas obtuvieron algún tipo de visibilidad en espacios noticiosos bajo el formato de entrevista, nota informativa, reportaje y opinión, entre otros.

Aunque es objeto de otro tipo de análisis, también este tipo de sesgos puede ser motivado por los intereses que algunos medios de comunicación desarrollan por determinados partidos políticos, ya sea porque resultan más atractivos en términos de audiencia, más enriquecedores en términos de contenido (“dan más nota”) o por afinidad ideológica.

61

TABLA 7  
*Cobertura mediática de candidaturas en radio  
y televisión: 2015*



Al desagregar el total de menciones por sexo se observa que de las 220 alusiones para mujeres únicamente hicieron referencia a 26 candidatas a delegadas y 10 a diputadas de un total de 212 aspirantes. En cuanto a los hombres, las cifras son casi similares: sólo 24 candidatos a delegados y 20 a diputados de 220 aspirantes obtuvieron algún espacio informativo en los medios de comunicación.

Por otra parte, si se observa el total de tiempo y menciones por elección se obtiene que los medios de comunicación también privilegiaron en sus coberturas el proceso delegacional con 18 horas, 38 minutos y 41 segundos; mientras que la cobertura para la Asamblea Legislativa sólo obtuvo 2 horas, 48 minutos y 22 segundos.

TABLA 8  
*Cobertura mediática de candidaturas  
en radio y televisión: 2015*

62

<i>Candidatura</i>	<i>Delegados</i>		<i>Asambleístas</i>	
	<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>
Candidaturas Registradas	63	63	147	148
Candidaturas Mencionadas	26	25	10	20
Menciones	191	312	29	71
Tiempo	6:38:08	12:00:33	00:35:59	02:12:23
Ganadores	4	12	16	24

Asimismo, el monitoreo arrojó que del total de las 36 candidatas mencionadas en los medios de comunicación durante el proceso electoral, solamente una minoría obtuvo un protagonismo real en los espacios informativos. Con base en el número de apariciones en tiempo y menciones de las principales figuras femeninas como protagonistas de la campaña en los noticiarios, se obtuvo una lista de las 10 aspirantes más mediatizadas.

TABLA 9  
*Candidatas con mayor penetración en medios por tiempo y menciones:*  
 2015

<i>Candidatas</i>	<i>Menciones</i>	<i>Tiempo</i>
Xóchitl Gálvez, candidata a delegada por el PAN en Miguel Hidalgo	76	2:24:21
Laura Ballesteros, candidata a delegada por el PRI-PVEM en Miguel Hidalgo	35	0:53:32
Aida Beltrán, candidata a diputada local por el PRI	13	0:15:54
Bertha Luján, candidata a delegada por MORENA en Coyoacán	12	0:28:41
Dinorah Pizano, candidata a delegada por el PRD-PT en Benito Juárez	10	0:22:22
Vanesa Villareal, candidata a delegada por Movimiento Ciudadano en Miguel Hidalgo	9	0:20:06
Alejandra Barrios, candidata a delegada por PRI-PVEM en Cuauhtémoc	6	0:09:56
Dione Anguiano, candidata a delegada por PRD-PT-PANAL en Iztapalapa	5	0:08:12
Laura González Osornio, candidata a diputada por Encuentro Social. Distrito XV	5	0:03:42
Claudia Sheinbaum, candidata a delegada por Morena en Tlalpan	4	0:03:58

## GÉNERO Y VALORACIÓN DE LA INFORMACIÓN

La metodología propuesta por el Monitoreo Electoral de la Universidad Iberoamericana implica que se puede considerar también una valoración por el sesgo que se percibe desde el informativo hacia algún partido o

candidato en particular. Si bien se trata de un ejercicio de percepción, es posible que ello nos indique algunas inferencias de los comunicadores en la apreciación de los candidatos y posteriormente en los resultados. En esta parte se busca comprender si existe algún sesgo entre la forma en la que fueron valoradas las candidatas y su éxito.

TABLA 10  
*Valoración de las menciones por género: 2015*

<i>Valoración</i>	<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>
Negativas	72	25
Positivas	34	46
Neutras	277	149
Total	383	220

64

Con este resultado se hace evidente que del total de menciones, las mujeres obtuvieron, en proporción sobre su total, una mayor atención hacia una calificación positiva; mientras que los hombres hacia las negativas. De este modo puede explicarse que exista una mayor correlación, como se mencionó anteriormente, entre las mujeres mencionadas y las victorias obtenidas.

Si separamos los 10 candidatos con más menciones positivas y más menciones negativas, encontramos que prácticamente existen candidatos que fungen como común denominador, es decir, que por atención obtuvieron tantas menciones positivas como negativas, pero además, encontramos que en la lista con mayor cantidad de menciones negativas se encuentra un ganador más que en las positivas: es el caso de Adrián Ruvalcaba, cuyo interés giró en torno a los conflictos que existieron en la delegación Cuajimalpa durante el proceso electoral.



TABLA I I

*Candidatas y candidatos con mayor número de positivos y negativos:  
2015*

<i>Nombre</i>	<i>Positivas</i>	<i>Nombre</i>	<i>Negativas</i>
Xóchitl Gálvez	26	David Razú	13
Laura Ballesteros	12	Luis Cházaro	8
David Razú	9	Adrián Ruvalcaba	8
Ricardo Monreal	6	Ricardo Monreal	7
Luis Cházaro	4	Ángel Salazar	7
Alejandro Vinay	3	Xóchitl Gálvez	6
Christian Von Roehrich	3	Fernando Zárate	4
Laura González	3	Laura Ballesteros	3
Dinorah Pizano	2	Jorge Rivera	3
Sergio Flores	2	Dinorah Pizano	2

65

Si bien la cantidad de menciones valoradas habla de una cobertura en la que el sesgo de opinión se destaca poco, también se puede inferir que éste es poco influyente en su impacto sobre los resultados. Aún sería importante realizar un análisis de contenido más preciso sobre estos factores, pues aquí no se consideran nociones como *framing* y correlación de información.

El monitoreo arroja luz sobre otro tema, el tipo de recursos técnicos que se usaron para presentar a cada candidato. Esto nos puede ayudar a visualizar la manera en la que cada candidato recibió formas de representación en medios, es decir, distinguir entre aquellos a los que se les dio voz o aquellos que sólo aparecieron como mención. Entonces, se trata de una parte importante de la calidad de la cobertura que se dio a cada género.

TABLA 12  
*Tipo de recursos técnicos por género: 2015*

<i>Recurso Técnico</i>	<i>Hombres</i>		<i>Mujeres</i>	
	<i>Menciones</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Menciones</i>	<i>Porcentaje</i>
R-cita y audio	32	8%	16	7%
R-cita y voz	83	22%	58	26%
R-sólo cita	73	19%	38	17%
R-sólo voz	120	31%	77	35%
TV-cita e imagen	16	4%	7	3%
TV-sólo cita	2	1%	1	0%
TV-sólo imagen	11	3%	5	2%
TV-voz e imagen	46	12%	18	8%
Total	383	100%	220	100%

Del total de ocasiones en las que se cubren a los hombres en radio 120 fueron con voz, mientras que 83 con voz y audio; en el caso de las mujeres, la persistencia de la voz fue en 77 casos, mientras que cita y voz ocurrió en 58 ocasiones. En el caso de la televisión, los hombres tuvieron voz en 46 ocasiones, mientras que las mujeres en 18 ocasiones.

Si bien estos datos nos permiten asumir que existió una mayor presencia de candidatos en comparación con las mujeres, en el porcentaje total de sus coberturas no hay diferencias significativas, es así que se mantiene consistente el tipo de cobertura que se dio a los candidatos sin distinción de sexo. Ello no implica que exista paridad, sino que existe un sesgo consistente que proviene desde la selección de las y los candidatos a los que se les otorga atención mediática.

Entonces, más allá de la influencia de la calidad de la información de los medios, sigue siendo consistente la noción de que los hombres reciben una mayor cobertura que las mujeres, y esto afecta de manera continua todos los demás indicadores. Por tanto, el problema radica en la cobertura que se asigna de forma general por parte de los medios de comunicación entre hombres y mujeres, pues en ellos no parece existir paridad.

#### CONTENIDOS DE LA COBERTURA POR GÉNERO

67

Durante este ejercicio de monitoreo también se pudo realizar un análisis sobre el contenido de las notas que los medios de comunicación emiten para cada sexo durante el proceso electoral. Además de conocer el tiempo y espacio dedicado para difundir la información relacionada con los actores políticos y el proceso electoral, es importante contar con una visión respecto a los contenidos divulgados por los medios informativos (Llanos, 2011).

El primer hallazgo de la investigación señala que, de manera general, los temas de mayor relevancia se articularon más hacia la coyuntura político-mediática, que a la difusión de las propuestas de las y los candidatos. Tal pareciera que la información presentada por los medios de comunicación adoptó un esquema de confrontación y controversia de las candidatas y los candidatos como un criterio para producir y divulgar los hechos noticiosos. El monitoreo cualitativo permitió observar que durante la campaña los medios realizaron su propio proceso de selección al utilizar la información considerada “relevante” como un filtro para elegir los temas —coyunturales y sensacionalistas— junto con sus principales actores políticos.

En el caso de las candidatas, los temas abordados por los medios informativos durante el periodo monitoreado, muestran una clara división entre las propuestas de campaña, el enfrentamiento político y, en algunos casos, los estereotipos de género.

Las candidatas con mayor penetración en los medios de comunicación (como lo muestra la Tabla 9) fueron las que más participaron en los debates organizados por radiodifusoras o en alguna entrevista realizada por los medios. En su mayoría, buscaron posicionar en la agenda mediática sus propuestas de campaña más que focalizarse en la confrontación o la acusación. Las principales problemáticas abordadas se relacionaron con la inseguridad pública, la corrupción, problemas de movilidad, violación al uso de suelo, deterioro de los servicios públicos y empleo. Por su parte, la agenda de género fue, en su mayoría, impulsada por las candidatas más que por los candidatos, sin que el tema de equidad se convirtiera en un punto central de las propuestas de campaña.

En cuanto al enfrentamiento o confrontación política reportada por los medios de comunicación, en el caso de las mujeres se caracterizó por la denuncia y acusaciones de las diversas candidatas contra supuestos actos ilícitos y de corrupción en las campañas de sus contrapartes, así como actos de intimidación hacia sus equipos de campaña. Sin embargo, también se presentaron campañas negativas o con contenido sexista en contra de las aspirantes, mismas que los medios de comunicación retomaron como noticias centrales o titulares en radio y televisión.

La candidata con mayor presencia mediática Xóchitl Gálvez, aspirante a delegada por el Partido Acción Nacional en la Delegación Miguel Hidalgo, fue la que obtuvo el mayor número de críticas que incluyeron desde ataques personales hasta críticas estereotipadas. Por ejemplo, se le buscó etiquetar entre algunos periodistas y adversarios políticos como una aspirante menos apta para ocuparse de la gestión de la delegación por la que contendía. La difusión de la entrevista en radio del candidato a diputado, Víctor Hugo Romo, por la misma demarcación que Xóchitl Gálvez da cuenta de los prejuicios de género prevalentes en los procesos electorales:<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Entrevista de Víctor Hugo Romo con Oscar Mario Beteta en Radio Fórmula, el 19 de mayo de 2015.

“Nosotros no somos unos improvisados que de la noche a la mañana nos levantamos y dijimos: *ora*<sup>13</sup> vamos a levantarnos porque vi una película que me motivó y queremos gobernar la delegación. No, somos hombres de trabajo, del día al día (...)”

También fue objeto de ataques por su vida privada al hacer público el hecho que su hermana cumplía una sentencia en la cárcel por formar parte de una banda de secuestradores. En contraste, poca o nula información se obtuvo de sus adversarios políticos en cuanto a sus relaciones personales o familiares.

Otro ejemplo revelador de la persistencia de una cobertura mediática con estereotipos de género fue el caso de Dinorah Pizano, candidata a delegada por el Partido de la Revolución Democrática y Partido del Trabajo en Benito Juárez. Dicha aspirante fue objeto de crítica y mofa ya que la fotografía que aparecía en su propaganda política contenía, a razón de algunos medios de comunicación, el uso excesivo de *Photoshop* para retocar su imagen.

69

## CONCLUSIÓN

Si bien la legislación vigente promueve un acceso equitativo a las candidaturas tanto para hombres como para mujeres, y los partidos políticos cumplen con esta reglamentación, ésta no parece suficiente para alcanzar una representación igualmente distribuida. Para alcanzar estos procesos se necesita crear nuevas estrategias que cubran no sólo la aplicación de reglamentación electoral, sino la promoción de un cambio cultural que sea capaz de permear la percepción ciudadana sobre la importancia de la participación de ambos sexos en la vida pública del país.

<sup>13</sup> En lugar de pronunciar “ahora” el candidato Víctor Hugo Romo busca ironizar la manera como se expresa Xóchitl Gálvez, quien pronuncia “ora” en lugar de “ahora”.

Asimismo, los medios de comunicación deben asumir una responsabilidad en su papel de promotores de este pensamiento, así como de la imagen tanto de mujeres y hombres como actores políticos capaces de desempeñar de manera eficiente y efectiva la actividad que se les confiere. Esta neutralidad, en otros casos, parece ser respetada, por ejemplo cuando se trata de partidos políticos. Constantemente se vigila que no se muestre una amplitud de cobertura preferencial sobre algún instituto en particular.

70

Sin embargo, también existe un sesgo por parte de los medios informativos entre aquellos personajes que les parecen de relevancia para la cobertura. La desproporción es significativa pues sólo se destinó un 34% para candidatas a puestos de elección popular. Asimismo, sólo unos cuantos actores de la elección recibieron cobertura, el 19%. También existe desproporción entre la prioridad que se da al proceso en torno a las Jefaturas Delegacionales sobre el de la Asamblea Legislativa.

Todo ello apunta a que los medios de comunicación requieren asumir una responsabilidad ética sobre la manera en la que se plantean el proceso de selección de actores políticos para la cobertura informativa. Si bien, sería imposible asumir que todos los candidatos que participan obtengan tiempo mediático, sí es deseable que las proporciones por género, sexo y elección sean replicadas en escala en los tiempos y menciones de los contenidos.

Finalmente, sería importante seguir insistiendo en analizar la manera en la que se relaciona a las candidatas con determinados tipos de información, pues se encontró que es común que se reiteren estereotipos de género o que sólo se conviertan en foco de atención por eventos coyunturales, sin contemplar de manera consistente las propuestas de las aspirantes.

Este artículo apunta a un primer intento y provocación para continuar con los esfuerzos de sistematización de la revisión de la acción de los medios de comunicación como de los partidos políticos en cuestiones de género. Así mismo, pretende ser un primer paso para desarrollar un tema en la academia que no se ha profundizado suficiente en México,

la manera en la que la cobertura mediática es capaz de participar activamente en la representación política de las mujeres en momentos de actividad electoral.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aday, S. y Devitt, J. (2001). Style Over Substance: Newspaper Coverage of Elizabeth Dole's Presidential Bid. En *Press/Politics* 6 (2), pp. 52-73.
- Dolan, K. (2014). *When Does Gender Matter? Women Candidates and Gender Stereotypes in American Elections*. New York: Oxford University Press.
- Hevia, T. (2012). Mujeres, Participación Política en México 2012. Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo y ONU Mujeres. [http://www.undp.org.mx/spip.php?page=proyecto&id\\_article=1593](http://www.undp.org.mx/spip.php?page=proyecto&id_article=1593)
- Jalalzai, F. (2006). Women Candidates and the Media: 1992-2000. En *Politics & Policy*, 34 (1), pp. 606-633.
- Khan, K. (1996). *The Political Consequences of Being a Woman: How Stereotypes Influence the Conduct and Consequences of Political Campaigns*. New York: Columbia University Press.
- Llanos, B. (2011). *Ojos que no ven: Cobertura Mediática y Género en las Elecciones Latinoamericana*. IDEA Internacional y ONU Mujeres.
- Medina, A. (2010). *La participación política de las mujeres. De las cuotas de género a la paridad*. Centro de Estudios para el Adelanto de las Mujeres y la Equidad de Género, Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión.