



DANIA RAVEL
CONSEJERA DEL INE
@DANIARAVEL

Hubo 875 piezas de monitoreo que incurrieron en la ausencia de lenguaje incluyente y no sexista

El monitoreo de espacios noticiosos consiste en revisar los programas de radio y televisión que difunden noticias y que abordan, en este caso, información relativa a las precampañas. Su objetivo es proporcionar información útil a la ciudadanía sobre el tratamiento noticioso de las precampañas y campañas, así como de las precandidaturas y candidaturas.

El monitoreo que se realiza en este proceso electoral está a cargo de la Universidad Autónoma de Nuevo León, y actualmente ya están publicados los informes de la precampaña a la Presidencia de la República, Senadurías y Diputaciones. En esta ocasión se incluyeron variables de género derivado de la reforma en materia de Violencia Política contra las Mujeres en Razón de Género (VPG) de 2020, que adicionó una obligación a las autoridades

EL MONITOREO NOTICIOSO EN LAS PRECAMPAÑAS FEDERALES

electorales en la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia: incorporar la perspectiva de género al monitoreo de las transmisiones sobre las precampañas y campañas. En este sentido, hay tres hallazgos que quiero destacar:

El primero es sobre la ausencia de lenguaje incluyente y no sexista por parte de las personas comunicadoras. En las precampañas a la Presidencia hubo 875 piezas de monitoreo que incurrieron en esa negligencia, en Senadurías 65 y en Diputaciones 78. Desde luego, las mujeres son las afectadas con esta omisión, que invisibiliza su participación, otro dato no menor es que en la mayoría de los casos son los hombres comunicadores quienes más incurren en esta falta.

El segundo hallazgo se relaciona con la VPG, si bien en las precampañas de Senadurías y Diputaciones no se advirtió el uso de estereotipos de género, en las precampañas a la Presidencia se presentaron 104 valoraciones con dichos estereotipos y el más usado fue el relativo a rasgos de subordinación a un hombre.

Vale la pena recordar que la Sala Superior del Tribunal Electoral en la sentencia recaída al expediente SUP-JDC-226/2023 advirtió que este tipo de valoraciones puede constituir VPG porque tienden a fomentar un estereotipo de género donde se quita el reconocimiento a la autonomía de las mujeres.

“En las precampañas a la Presidencia de la República se presentaron 104 valoraciones con estereotipos de género”.

El último hallazgo advierte la gran disparidad en el tiempo de cobertura en los cargos de Senadurías y Diputaciones, así, en las precampañas a Senadurías en los espacios que se hizo distinción de género, se dedicó 1 hora, 42 minutos con 38 segundos a hablar de mujeres y 4 horas, 25 minutos y 26 segundos destinados a hombres. En el caso de Diputaciones fueron 14 minutos con 17 segundos para mujeres frente a 40 minutos con 57 segundos para los hombres.

Contar con postulaciones paritarias no es suficiente si las mujeres no reciben la misma cobertura mediática que los hombres en cantidad y calidad, de ahí la necesidad de seguir trabajando en la construcción de la igualdad sustantiva.