



Karina Vaquera

karina.vaquera@gmail.com

## Los estereotipos de género en medios, a nivel nacional

**Por primera** ocasión México tendrá una presidenta de la República; una mujer en un país con una añeja tradición machista, patriarcal, en donde las mujeres apenas logramos ejercer el derecho de votar en 1953. Es cierto que hay avances en materia de paridad y violencia política contra las mujeres, sin embargo, los estereotipos de género están presentes incluso en los medios de comunicación que es lo que el informe del monitoreo a precampañas federales ha presentado en el Instituto Nacional Electoral (INE).

**R**ecordemos que un estereotipo de género es una visión o idea preconcebida sobre los atributos, las características o los roles que poseen o deberían poseer o desempeñar las mujeres y los hombres.

Los estereotipos de género son perjudiciales, ya que limitan la capacidad de las mujeres para desarrollar sus capacidades personales, profesionales incluyendo las políticas, por ello deben ser erradicados porque tienen un impacto nocivo no sólo para las mujeres, sino para la sociedad, algo que no ha sido sencillo y lo seguimos observando de forma concreta en las dos candidatas que contienden por la presidencia de la República.

Así lo refleja el informe sobre el monitoreo de programas que difunden noticias en radio y televisión durante el proceso electoral 2023-2024 para el periodo que abarcó del 20 de noviembre al 18 de enero de 2024.

En donde se presentaron valoraciones de roles o estereotipos de género. La categoría más recurrida fue la de rasgos de subordinación con 97 frases valoradas, seguida de rasgos físicos o vestimenta con seis frases valoradas.

Aunado a lo anterior, el partido político que recibió más frases valoradas con estereotipos de género fue Morena y el que tuvo menos fue Movimiento Ciudadano con solo dos, ¿por hablar de las mujeres como subordinadas? Lo correcto es hablar de sus logros, propuestas y de su trayectoria, pero aquí observamos cómo es que los estereotipos están vigentes, algo lamentable.

Datos: de 25 mil 260 piezas de monitoreo para la presidencia de la República, el resultado fue que ambas candidatas tuvieron más valoraciones negativas que

positivas: Xóchitl Gálvez tuvo 903 valoraciones, de las cuales 560 fueron negativas, lo que representa un 62.02% del total de las recibidas, entre ellas se señaló en diversas ocasiones que los partidos políticos que la respaldan parecían abandonarla, dejándola a su suerte.

Por su parte Claudia Sheinbaum obtuvo 839 valoraciones, de las cuales 556 fueron negativas, que representan el 67.46% del total de las recibidas y se centraron en la percepción de que su estilo y discurso eran demasiado similares al del presidente de la República.

A través de este monitoreo que por primera ocasión realiza la Universidad Autónoma de Nuevo León y al que se le agregaron nuevas variables en la metodología como si la cobertura periodística se enfocara más en los elementos personales de las precandidaturas o candidaturas o si lo hace en sus mensajes, ideas o propuestas; si se presentan estereotipos que afectan a grupos en situación de discriminación entre otros; se da a conocer el tratamiento que los programas que difunden noticias en radio y televisión dan a las precampañas electorales y los resultados se hacen públicos, lo que contribuye al fortalecimiento de un voto informado y razonado[1].

Es evidente que necesitamos seguir informando y visibilizando los sesgos y los estereotipos de género que se presentan para erradicarlos en la sociedad y el monitoreo es un insumo relevante para informar y concientizar sobre la importancia que tiene que los medios de comunicación realicen coberturas igualitarias y libres de discriminación.

[1] Artículo 185, numeral I de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.