



Imagen: Suzy Hazelwood de Pexels / Studio Turkey / Ron Lach de Pexels / Dziana Hasanbekava de Pexels

# La participación política y presencia de las mujeres en medios impresos en Tamaulipas. Análisis con perspectiva de género

## Political participation and presence of women in print media in Tamaulipas. Analysis with a gender perspective

*Mirna Leticia Santoyo-Caamal<sup>1</sup>\*, Perla Carrillo-Quiroga<sup>1</sup>, María Hernández-Rangel<sup>1</sup>*

### Resumen

Los avances en la participación política de las mujeres han sido lentos, pero, las elecciones en México el 1° de julio del 2018 fueron históricas; por primera vez se alcanzó paridad de género en la Cámara de Diputados y Senadores, ello, se atribuye a las acciones políticas-electorales emprendidas desde el 2014, que dieron origen a reformas trascendentales. La presente investigación analiza y mide con perspectiva de género, la participación política de las mujeres en un contexto preelectoral; explora cinco medios impresos de Tamaulipas para visualizar a las mujeres en actividades políticas y su tratamiento informativo. Para el estudio cuantitativo se recolectaron datos del 13 de enero al 11 de febrero de 2018. Los datos corresponden a la zona norte, centro y sur de Tamaulipas y se tomó una muestra no probabilística. De los resultados obtenidos se evaluó la frecuencia y espacio en donde las mujeres son protagonistas de noticias. Se parte de la hipótesis que son limitadas o escasas las publicaciones de los medios impresos de la participación política de las mujeres en periodo de precampaña y campaña electoral; la perspectiva de género no ha logrado permear en las actividades periodísticas para dar voz e imagen con equidad.

**Palabras clave:** mujeres, presencia política, medios impresos, perspectiva de género.

### Abstract

Progress in the political participation of women has been slow, but the elections in Mexico on July 1, 2018 were historic; for the first time gender parity was achieved in the Chamber of Deputies and Senators, this is attributed to the political-electoral actions undertaken since 2014, which gave rise to far-reaching reforms. This research analyzes and measures, from a gender perspective, the political participation of women in a pre-electoral context; explores five print media from Tamaulipas to visualize women in political activities and their informative treatment. For the quantitative study, data was collected from January 13 to February 11, 2018. The data correspond to the northern, central, and southern areas of Tamaulipas and a non-probabilistic sample was taken. From the results obtained, the frequency and space where women are protagonists of news was evaluated. It is based on the hypothesis that the publications of the printed media on the political participation of women in the pre-campaign period and electoral campaign are limited or scarce; the gender perspective has not managed to permeate journalistic activities to give voice and image with equity.

**Keywords:** women, political presence, printed media, gender perspective.

\*Correspondencia: [msantoyo@docentes.uat.edu.mx](mailto:msantoyo@docentes.uat.edu.mx)

Fecha de recepción: 06 de septiembre de 2022/Fecha de aceptación: 29 de noviembre de 2022/Fecha de publicación: 15 de diciembre de 2022

<sup>1</sup>Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT), Facultad de Derecho y Ciencias Sociales Victoria (FDCSV), C.P. 87120, Ciudad Victoria, Tamaulipas, México.

## Introducción

La visualización pública de la participación de las mujeres en México, ha avanzado con dificultades, no solo en su actividad política, también en ámbitos similares como los académicos, científicos, económicos, empresariales y muchas más, inclusive en lo social; Cerva (2014, p. 117) revela que en esta materia, hay evidencia de una serie de prácticas de discriminación y violencia que responden a un contexto específico, en donde la competencia política debe ser analizada desde un enfoque de género, es decir, que permita explicar cómo las relaciones desiguales de poder tienen un efecto diferencial en la experiencia política de hombres y mujeres.

La brecha de género no es un descubrimiento nuevo, hace más de 20 años los 189 Estados, Miembros de las Naciones Unidas, reconocieron la importancia de los medios de comunicación para el cambio de estereotipos de género que influyen en la sociedad y se propusieron intensificar el apoyo a la promoción de las mujeres, al ser ésta, una de las 12 esferas de especial preocupación de la Plataforma de Acción de Beijing, sin embargo, el escenario público, hoy en día, la presencia entre hombres y mujeres en los medios de comunicación, no parece ser equitativo, igualitario o paritario. La evidencia histórica ha dejado rastro de actos discriminatorios, de violencia de género y de abusos políticos arraigados en la sociedad, es por ello, que se hace un análisis introspectivo en los medios de comunicación para determinar cómo se visualiza la presencia de la participación política de las mujeres en los medios impresos y se evalúa con perspectiva de género.

Y es que, en este mismo sentido, han sido los medios de comunicación los entes que han dado fe del activismo por alcanzar mejores escenarios. En el legado de los medios de comunicación, hay testimonios históricos plasmados en los medios impresos que narran la lucha de las mujeres por conquistar el sufragio, evidencia en notas de periódico de la época posrevolucionaria como lo advierten Jaiven y Rodríguez

(2017), México vivió momentos coyunturales en el que las mujeres exigían: acceso a la educación, además de igualdad de derechos públicos y políticos. También la Constitución de 1917 estaba en un proceso de construcción y configuración, lo cual abrió oportunidades a mujeres con profesión, que peleaban aguerridamente por ser escuchadas, a salir a la vía pública para hacer valer las condiciones de igualdad, tener voz y voto en el ámbito político e influir en la toma de decisiones del país.

Para abordar la complejidad del tema, por lo extenso en las obras literarias, investigaciones, aportes científicos y riqueza en datos históricos, este estudio únicamente aborda cuatro subtemas para conformar el estado del arte, que sin duda limita extraordinariamente la discusión, pero a su vez, intenta delimitar el objeto de estudio centrado exclusivamente en la participación política de las mujeres a través de los medios impresos; para empezar se propone como ejes: los derechos políticos – electorales y la participación política de las mujeres en el contexto electoral, el derecho al voto como parte del discurso obligado para llegar a las cuotas de género y entender cómo llegó al principio de paridad de género e ir profundizando el tema de los medios de comunicación y su relación con el modelo de comunicación política y para cerrar la discusión con la visualización de las mujeres en los medios impresos de Tamaulipas, resultado de este estudio. (Figura 1).

## Metodología

El objeto de estudio de este trabajo de investigación es la participación política de las mujeres a través de los medios impresos; para determinar cómo es esa participación, fue necesario, primero cuantificar la presencia de las mujeres en las publicaciones impresas, y segundo, separar las publicaciones de las noticias protagonizadas por mujeres políticas y aspirantes a cargos de elección de cualquier otra actividad, por lo que realizaron varias categorías: mujeres políticas, derechos políticos – electorales, participación política, contexto electoral, cuotas-equidad-paridad, medios de comunica-

■ Figura 1. Ejes principales del tema.  
Figure 1. Main axes of the theme.



Fuente. Elaboración propia.

ción y visualización de las mujeres. La descripción cuantitativa se basó en el análisis de 1,832 notas revisadas en cinco periódicos en el estado de Tamaulipas, seleccionados por su liderazgo, trayectoria, prestigio, antigüedad y circulación. La recopilación informativa fue de 10 días, de los 30 días de precampañas comprendido del 13 de enero al 11 de febrero; se seleccionaron los días mediante una muestra prorrata espontánea al azar, con especial equilibrio, en las semanas de este periodo de campañas, por lo que quedó definida el llenado de las fichas el 14, 15, 22, 23, 30, 31 de enero y 8, 9, 10 y 11 de febrero de 2018; con ello, se justifica la intervención y recolección de datos todos los días, es decir, un acucioso análisis representativo de los días lunes, martes, miércoles, jueves, viernes, sábado y domingo del mes de enero, además de cuatro días previos a finalizar las precampañas en febrero.

El planteamiento del problema surge de la reflexión sobre la paridad de género alcanzada en el 2018 en el Congreso de la Unión, en donde fueron necesarias acciones afirmativas que culminaron en reformas electorales al marco jurídico que garantizaran la igualdad cuantitati-

va en el poder legislativo federal y en los estados de la República y comparar el escenario político con el ámbito mediático; es por ello, que, se generó como hipótesis que son limitadas o escasas las publicaciones de los medios impresos de la participación política de las mujeres en periodos de precampaña y campaña electoral, y que la perspectiva de género no ha logrado permear en las actividades periodísticas para dar voz e imagen con equidad en las elecciones.

El objetivo general de este trabajo plantea analizar la presencia de la participación política de las mujeres en los medios impresos. Para alcanzar esta propuesta y establecer como objetivos particulares:

1. Cuantificar la presencia de las mujeres en publicaciones impresas en periodo electoral en los medios impresos de Tamaulipas.
2. Determinar el porcentaje de las publicaciones en medios impresos, protagonizadas por mujeres, derivado de la participación política en periodo electoral.
3. Analizar con perspectiva de género la participación política de las mujeres en los medios impresos de Tamaulipas.

El enfoque de la investigación es cuantitativo, en el levantamiento de los datos se utilizó una ficha de recopilación, instrumento de elaboración propia realizado por el Cuerpo Académico: “Democracia y comunicación política”, clave UAT-CA122, probado en otros estudios, sin embargo, que se agregaron algunos campos específicos para este proyecto. Los datos informativos del instrumento de recolección son:

- a. El número de notas protagonizadas por mujeres (todas),.
- b. El número de opiniones o declaraciones de temas políticos.,
- c. Páginas de ubicación.,
- d. Número de mujeres con participación política.,
- e. Existencia de polifonía informativa, basado en la procedencia formal o profesional de las mujeres.,
- f. Extensión en párrafos de las notas periodísticas publicadas.,
- g. Medidas (con regla comercial) en las dimensiones y espacio de la noticia publicada.,
- h. Número de fotos o gráficos que acompañan a la nota.,
- i. Procedencia la información como puede ser: una entrevista, rueda de prensa, evento espontáneo, el ámbito en sus modalidades: federal, estatal o municipal, y si tiene firma de un periodista o lo envía una agencia.

Este ejercicio fue realizado por la Dra. Mirna Leticia Santoyo Caamal, Mtra. Trinidad Leticia Castillo Rendón y Mtra. Eliete Alejandra Coronado Rojano, investigadoras de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales Victoria (FDCSV), de la Universidad Autónoma de Tamaulipas (no publicados), se presentan datos empíricos del estudio, obtenidos al revisar los medios impresos siguientes:

1. *Líder*, de Nuevo Laredo;
2. *El Mañana*, en Reynosa;
3. *El Bravo*, en Matamoros;
4. *La Verdad*, en Victoria y
5. *La Razón*, impreso de la zona conurbada de Tampico, Madero y Altamira.

Cada medio, cuenta con representación geográfica de las tres zonas económicas más importantes de Tamaulipas: norte, centro y sur de Tamaulipas. Los periódicos seleccionados y analizados se eligieron bajo los siguientes criterios:

1. Liderazgo en el mercado regional.
2. Reconocimiento, trayectoria y prestigio como medio impreso formal.
3. Antigüedad de fundación y circulación.
4. Su amplia circulación impresa local.

Para la interpretación de los datos se utilizó el criterio cualitativo, descrito en la Guía metodológica de indicadores con perspectiva de género (Pérez y Garda, s/f.), por lo que en las conclusiones se presentan reflexiones e implicaciones del fenómeno de estudio, además de la formulación de propuestas que contribuyan a reducir la brecha de género, las desigualdades entre mujeres y hombres y visualizar que la violencia y discriminación contra las mujeres afectan la vida cotidiana al ser normalizadas.

Los resultados del trabajo descriptivo se presentaron como ponencia en el Simposio “Mujeres, medios y política” organizado por la Universidad Panamericana con sede en la Ciudad de México, con datos preliminares en junio de 2018 y resultados finales y conclusiones del proyecto, en las IX Jornadas de Investigación y Posgrado 2019, organizado por la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales Victoria, de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, por lo que puede haber similitud con las memorias de éstos.

#### Derechos políticos-electorales y la participación política de las mujeres en el contexto electoral.

Los Derechos Políticos de las Mujeres y cómo defenderlos son promovidos por la Organización de Naciones Unidas (ONU-Mujeres) a través de la difusión de cuadernos de trabajo, en coordinación con el Instituto Nacional de las Mujeres y la iniciativa SUMA “democracia es igualdad”, al reconocer que los derechos políticos de las mujeres, como hoy los conocemos, han sido producto de la lucha por la reivindicación de la ciudadanía plena de las mujeres

(2016, p. 4). A ello, Lamas (2009, p. 31) expone los obstáculos que las mexicanas enfrentan para ejercer sus derechos políticos – electorales es luchar en contra de la cultura. Zaremborg (2009, p. 113) fundamenta que, en buena parte de las legislaturas, las mujeres aún permanecen como una pequeña minoría, lo cual dio un vertiginoso giro con las reformas del 2014, 2019 y 2021. Cerva (2014, p. 118) expone como la aplicación de la legislación sobre los derechos políticos – electorales sentaron un precedente fundamental que explica el incremento de mujeres electas en las elecciones desde 2012.

Hernández (2011, p. 14) argumenta que esta socialización de género provee a las mujeres de experiencias y conocimientos particulares que han llevado a la articulación de intereses y puntos de vista distintos a los de los hombres. De ahí que las decisiones que emanan de las instituciones representativas (conformadas por una mayoría masculina) no son suficientemente receptivas de sus intereses y necesidades particulares y, en consecuencia, la ausencia de mujeres en la política podría reforzar su marginación en otros ámbitos de la vida social y económica. Tuñón (2002) cuenta que el derecho a votar y ser votadas para puestos de elección popular fue resultado de un largo proceso documentado en la participación política de las mujeres en algunas actividades revolucionarias o militares, difundiendo ideas o correos para ayudar a sus esposos, hijos o miembros de su familia en la lucha porque mejoraran las cosas.

En sus relatos Tuñón (2022) describe la participación activa de las mujeres en la vida política, social y económica, documentados mucho antes del reconocimiento legal, no solo en México, sino en el mundo entero; pero a manera de referencia se narran acontecimientos en México, próximos a la Constitución de 1917; Hermila Galindo, secretaria particular de Venustiano Carranza envió al constituyente un escrito en el que solicitó los derechos políticos de las mujeres, sin embargo, al redactarse la Constitución de 1917, se decidió negar los derechos políticos de las mujeres, no obstante, hubo una

afirmación a mujeres “excepcionales”, debido a la supuesta incapacidad de las mujeres para el ejercicio ciudadano, lo cual dio resultado a la redacción del artículo 34 con énfasis masculino, excluyendo a las mujeres. Tres días después, Félix Palavicini advirtió la omisión, corrección que posibilitó a Hermila Galindo para postularse como candidata a diputada en 1918, aunque no se le reconoció el triunfo.

En el movimiento social de Independencia, a través del cual México surgió como una nación libre y soberana, las mujeres participaron activamente, sin embargo, una vez concluido dicho movimiento, no se les reconocieron como sujetas de derechos políticos; tampoco lo hizo el movimiento de la Reforma Liberal (Medina, 2010, p. 49), pero hasta este momento, ninguna de las Constituciones Políticas de México en los siglos XIX y XX, otorgó la ciudadanía a las mujeres.

Pocas veces se le da tanta importancia a la participación informal y a pesar de que las mujeres no tenían un contrato en ningún nivel formal, históricamente estuvieron activas en el ámbito político de México. El derecho de voto seguía siendo tema primordial en 1935 en el Frente Único Pro Derechos de la Mujer, constituido por mujeres de todas las clases sociales, cuyos logros hasta ese momento, parecían ser únicamente la visualización de su movimiento, ya que, por muchos años a las mujeres en México se les seguía excluyendo de todo derecho político: “Las elecciones constituyen un espacio fundamental para el ejercicio de la ciudadanía política; desde siempre las mujeres han participado políticamente y hasta años recientes se ha iniciado como votantes y candidatas” (Lamas, 2009, p. 32).

En *Los Derechos Políticos de las Mujeres y como defendernos*, datos recogidos en el cuaderno de trabajo 2016, publica que fue Yucatán en 1923, el primer Estado de la República mexicana en reconocer el derecho de voto a las mujeres, por lo que Elvira Carrillo Puerto, Raquel Dzib y Beatriz Peniche obtuvieron el triunfo electoral para legislar en el Congreso del Es-

tado en las elecciones estatales y municipales; Rosa Torre también alcanzó una posición como regidora en el Ayuntamiento de Mérida; situación que se vio comprometida en 1924, con el asesinato del gobernador, Felipe Carrillo Puerto, debido a que las cuatro fueron obligadas a renunciar a sus cargos (Tuñón, 2002b).

En 1924, en las elecciones municipales de San Luis Potosí se incorporó el derecho al voto de las mujeres, y en 1925 en los comicios estatales, nuevamente este ejercicio se repitió; y aunque en 1924 hubo participación electoral de las mujeres, más adelante simplemente se les retiró. La vida política en los demás estados del país no fue muy diferente, puesto fue también en 1925 cuando se incorporó en Chiapas el derecho al voto de las mujeres en la legislación.

La participación política: (...) es un esfuerzo que se realiza con el fin de transmitir información a los encargados de gobierno, a los creadores de la política pública y a los representantes en general, convirtiéndose en una actividad social enfocada a preservar la comunidad a la comunidad reflejando esos mismos parámetros sociales (Vidal, 2015, p. 321).

Pero, históricamente, como justifican Jaiven y Zúñiga (2013) “la mujer ha sido sujeto activo en los procesos de participación política y social de México”, a ello, hay que agregar que su participación se vio empañada por el peligro que significaba ir a votar (De la Torre, 2004) y tras haber logrado el reconocimiento de su ciudadanía en la época de Ruiz Cortines, años más tarde esta participación política se reconfigura al ser incluidas en la “cultura clientelar”, entre los “acarreados”, la participación colectiva para ganar elecciones y mantener a un solo partido en el poder: Se inducía a la participación de muchas mujeres de las clases populares por medio de los programas sociales que otorgaban beneficios materiales sólo a aquellas personas que votaran por el PRI [...] Muchas mujeres que votaban por los candidatos del PRI se acostumbraron a intercambiar su derecho político por un bien de consumo (De

la Torre, 2004, p. 163).

Y fue hasta 1954 cuando la legislación nacional reconoció los derechos políticos de las mujeres. No es que las mujeres no fueran consideradas en los movimientos sociales y políticos, porque siempre estuvieron presentes como activistas en la vida social, económica y política del país, simplemente que, legalmente, no existía como derecho; (...) el reconocimiento de los derechos políticos es la consideración de los derechos de quienes están habilitados para acceder a cargos de elección popular, por ello, las mujeres no eran consideradas ciudadanas plenas, debido a que no podían votar, trabajar o tener acceso a propiedades si eran solteras (Ansolabehere y Cerva, 2009, p. 12). Es decir, necesitaban la tutela de un varón; Medina (2010, p. 69) considera que en este momento las mujeres gozaban de una ciudadanía “incompleta”, lo cual tenía connotaciones que motivaban la afirmación de que eran un sector de la población que ejercía una “ciudadanía de segunda” al no tener igualdad en condiciones y de oportunidad para participar en política y los procesos electorales de México. La desigualdad no solo se trataba de espacios políticos limitados, también se presentaba una situación crítica de expresiones de discriminación y violencia, en aquellas mujeres que logran acceder a estos espacios restringidos.

Es así como las asociaciones no gubernamentales (ONG), inician el arduo trabajo para empoderar a la mujer, y con ello, alcanzar mayores niveles de autonomía es independencia primero de los varones en la familia, padres y hermanos, pero también de los esposos que pretendían aprovechar el papel social conferido históricamente a la mujer en el cuidado de la familia y la responsabilidad en salvaguardar su cohesión e integridad, además de la manipulación de los partidos políticos sobre las candidaturas.

Es claro que la participación de las mujeres en la vida política de México se ha incrementado por el tesón de activistas, pero la participación igualitaria, equilibrada y equitativa, ha sido un

camino sinuoso y con muchos obstáculos. Si bien, los partidos políticos consideran relevante la presencia de la participación de las mujeres, hay que reconocer la simulación para la incorporación en la toma de decisiones, es decir, aún quedan asuntos pendientes por la paridad cualitativa o sustantiva.

A las mujeres, aún no se les permite ocupar -sin ser obligados legalmente- los mismos espacios que al hombre; “este es uno de los factores por los que la democratización no está concluida, sino en proceso” (De la Torre, 2004, p. 165), es parte de la construcción social y el ejercicio de nueva configuración de una cultura política moderna.

Serrano (2014, p. 21) argumenta: que el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación es un actor clave para la vigencia del derecho de igualdad y no discriminación, establecido en el artículo 1 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM) al decidir asuntos relacionados con las llamadas cuotas de género.

A pesar de que el ambiente para la participación electoral y el respeto a los derechos políticos de las mujeres se han fortalecido jurídicamente en los últimos años, es aún complicado determinar ciertas circunstancias adversas en la participación de las mujeres en el plano electoral, entre ellas la discriminación, violencia, inseguridad, exclusión y la falta de oportunidades para participar en igualdad de condiciones.

### El derecho al voto un discurso obligado a las cuotas de género y el principio de paridad

Los derechos políticos de las mujeres han sido bandera política recurrente en todos los discursos de la clase política, curiosamente no solo de hombres, sino también de muchas mujeres que tampoco “han movido un dedo” en apoyo a sus pares o iguales en género. Lázaro Cárdenas en 1937, expuso en su discurso: “en México el hombre y la mujer adolecen paralelamente de la misma deficiencia de preparación, de educación y de cultura, sólo que aquel

se ha reservado para sí derechos que no se justifican” (citado por Tuñón, 2002b). De este contexto surgió la candidatura de Soledad Orozco por el Partido Nacional Revolucionario (PNR) a la diputación local en León, Guanajuato, y de Refugio García del Frente Único Pro-Derechos de la Mujer (FUPDM) en Uruapan, Michoacán. Ambas candidaturas pusieron en el ojo público de nuevo, la necesidad de reformar el artículo 34 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, puesto que prácticamente no estaba contemplado en la norma jurídica la participación política de las mujeres.

Ya en la administración del Presidente, Miguel Alemán en 1947, en el Diario Oficial de la Federación (DOF) fue publicada la reforma al artículo 115 de la Constitución, en la que se daba el reconocimiento de la ciudadanía a las mujeres, pero ello, no tenía otras implicaciones como el derecho al voto. Ante este vacío legal y bajo todas las presiones de un activismo en auge, Adolfo Ruiz Cortines el 4 de diciembre de 1952, continuó con el trámite de los derechos políticos de las mujeres, iniciado en 1937, lo cual no sucedió de manera inmediata ya que en 1954 fue cuando las mujeres obtuvieron este derecho para acudir a las urnas y votar en 1955. Fernández (1999, p. 31) revela que con la reforma al artículo 4 constitucional en 1974, se estableció formalmente la garantía la igualdad jurídica a las mujeres.

El Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), reconoce en 1993 la propuesta de los partidos políticos para postular mujeres a puestos de elección popular, lo cual no se dio de manera espontánea, debido a que fue producto de “una amplia movilización de sectores femeninos” (Instituto Federal Electoral -IFE-, 1999, citado en Fernández 1999). Las postulaciones y candidaturas de los partidos políticos parecían poner en desventaja a las mujeres, lo que dio (...) origen de la cuota de género en México en 1993, cuando en el Código Federal Electoral de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) señaló que los partidos políticos debían promover la participación de la mujer en la vida

pública; pero fue en 1996 cuando se estableció que en las candidaturas de diputaciones y senadores no habrá más del 70 por ciento de candidaturas del mismo sexo; situación que se vuelve obligatoria en 2002 (Guzmán y Monero, 2007, p. 19, citado en Cedillo-Delgado, 2016, p. 187).

La ONU reconoce el artículo 4º constitucional la igualdad entre hombres y mujeres y con fundamento en este artículo, en 2006 se aprobó la Ley General de Igualdad entre hombres y mujeres, ambos con obligaciones en mismo nivel, sobre todo en valores como el respeto, la protección y las garantías de los derechos humanos, civiles, políticos, económicos, sociales y culturales.

Es por ello que, se justifica emplear la cuota de género que “es orientada a igualar las oportunidades la participación de las mujeres en cargos de elección pública a partir de su reconocimiento como público desventajado” (Ansolabehere, 2014, p. 22). Cedillo-Delgado (2016, p. 189), tomando en consideración la pertinencia de las cuotas de género, señala que: (...) una acción afirmativa que busca remediar una situación de discriminación y de subrepresentación de la que es objeto la mujer frente al varón. Es una norma contenida en la Constitución y leyes electorales en donde, históricamente, las mujeres han sido sistemáticamente excluidas de espacios de poder bajo el argumento -equivocado- de que es una actividad propia de los hombres.

Con la reforma en el 2011, se elevaron los derechos humanos al rango de constitucional, consideraciones existentes en los tratados internacionales y que, de alguna manera, habían sido ratificados en México, por lo menos en el discurso. Más adelante, el 9 de marzo de 2015, el Presidente de México, Enrique Peña Nieto, en el marco del Día de la Mujer, anunció un “año histórico para la igualdad, gracias a la reforma político electoral, al lograrse, por primera vez la paridad de género en candidaturas federales y locales” con amplias connotaciones para el empoderamiento de las muje-

res y que a partir de esta administración, continuarían ejerciendo el liderazgo social, aún con la prevalencia de condiciones adversas para la participación política y la discriminación, la violencia, la exclusión e inequitativas oportunidades en las competencias en las candidaturas.

Cedillo-Delgado (2016, p. 188) consideró que la reforma electoral de 2014, (...) significó un gran avance global, debido a que elevaba al 50 por ciento el porcentaje para inscribir candidaturas del mismo sexo, además de que los partidos políticos debían proponer en cada fórmula, candidatos propietarios y suplementes del mismo género, y en las listas plurinominales deberían alternarse hombres y mujeres para garantizar el equilibrio de géneros en la representación política.

Esta reforma ha sido quizás uno de los más grandes logros en la histórica lucha por la inclusión, la igualdad y la paridad. Sin embargo: A pesar de que, desde hace varias décadas la Constitución mexicana y los tratados internacionales reconocen la igualdad entre los hombres y mujeres, la presencia de ellas en la vida política de México sigue limitada. Es por ello, que desde 1996 el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales se incluye la cuota de género, en un principio como una sugerencia de buenas prácticas a los partidos políticos y, a partir de 2007, como una obligación legal para éstos en el momento de integrar sus listas de candidatos (Serrano y Bustillo, 2014, p. 17).

Así, para hacer valer estos propósitos y principios ha sido necesario adoptar acciones afirmativas y ampliar varios aspectos de las reformas electorales.

### Los medios de comunicación y el modelo de comunicación política

Nieves (2015) considera que los medios de comunicación son actores clave para la formulación y sostenibilidad de nuevos pactos sociales y de género en América Latina y el Caribe y que mediante éstos es posible visibilizar la desigualdad que afecta a las mujeres;

tampoco ha sido coincidencia que los altos mandos hayan estado en manos de hombres. González (2019) expone que un estudio avalado por la Organización de Naciones Unidas (ONU) en la que participaron más de 100 países reveló que únicamente el 27 por ciento de la alta dirección en medios de comunicación son ocupados por mujeres, por lo que insiste en la imperiosa necesidad de promover políticas de igualdad que favorezcan el incremento en el número de mujeres en puestos de responsabilidad.

Los medios de comunicación han sido protagonistas en el desarrollo político de país, por lo tanto: son “actores políticos con influencia en la vida nacional política”, califica Córdova (2013, p. 268), no obstante, se convirtieron en un poder fáctico, es decir, “el Cuarto Poder”. El papel que juegan los medios de comunicación en los procesos políticos, particularmente electorales, se han convertido en una temática cuya reiteración, por parte de los interesados, evidencia la gran importancia y la innegable preocupación que el asunto en cuestión causa (Aceves, 1993, p. 223).

La evolución de la comunicación política-electoral ha evolucionado desde hace un tiempo a pesar de que menudo se describe como americanización, es decir, que cada elección se parece más al modelo norteamericano. El cual está más basado en el marketing político, en donde la publicidad comercial utiliza elementos como de la profesionalización y la especialización en aspectos como el management, el aumento en la personalización, emocionalidad y la campaña negativa (Schulz, 1997, citado en Gleich, 1998).

Córdova (2013, p. 259) opina: El modelo de comunicación política en México es resultado de un amplio proceso de cambios constitucionales, legales e institucionales, en virtud del cual se han logrado las condiciones de equidad de la competencia política en las últimas cuatro décadas con la participación de muy diversos actores. Se trata de un modelo que se ha construido paulatinamente desde 1990 tras la

creación del Instituto Federal Electoral; es resultado del consenso de los diversos actores en el espacio público y constituye un avance significativo en la edificación de una nueva relación de los partidos políticos, los medios de comunicación y el Estado. Uno de los grandes logros de la reforma electoral 2007-2008 es que el Estado mexicano se erigió como administrador único de los tiempos públicos en periodo ordinario y electoral, situación que ha permitido garantizar los derechos y prerrogativas de los partidos políticos en las contiendas electorales con independencia de su capacidad de compra de publicidad electoral.

Los estudios relacionados con los medios de comunicación en los procesos electorales son pocos o limitados, existe poca evidencia del rol que juegan las empresas mediáticas en las elecciones en México, sin embargo, en los últimos 40 años, las tareas de comunicar, difundir, informar, y opinar toman relevancia en consecuencia de una participación política más activa y las reformas a la legislación para adecuar el marco jurídico a la democratizadora contar con mecanismos más equitativos y transparentes durante los procesos electorales. Las reformas electorales en México, (...) son producto de una serie de diagnósticos, acuerdos y decisiones de distintos actores políticos en tránsito en más de tres décadas destaca Valdés (2010), cambios jurídicos que empiezan a registrarse muy cercano a los 80's y que tienen como antecedente la reforma electoral de 1977, 1986, 1989 -1990, 1993, 1994, 1996 [...] y 2007 -2008, que introdujo cambios sin precedentes (Córdova, 2013, p. 120).

Rojas (2012) consideró que la intervención de los medios de comunicación en las elecciones presidenciales del 2006 fue una clara muestra de las carencias y vacíos legales de la Ley Electoral vigente desde 1996 [...] “la reforma del 2007 tuvo como eje rector la neutralización de los poderes fácticos y la recuperación del espacio público”. Mientras el IFE hacía el conteo de votos, Valdés (2016) resalta cómo la prensa escrita nacional después de las elec-

ciones del 2006, mantenía informada a la ciudadanía a través de notas informativas y editoriales; era así como marchaba la agenda de la opinión pública en México.

Pero fue la reforma del 2014 posterior a esas siete generaciones de cambios y más cambios en la legislación electoral la que amplió las facultades del INE en seis ejes temáticos; la comunicación política, fue quizá la que registró una mayor intervención, pero a partir del 2014, iniciaron sanciones por violaciones en la propaganda política, electoral e institucional, además de regularse el acceso a los medios de comunicación (artículo 41 base III, apartado D y artículo 99, base IX).

Los medios de comunicación de masiva, prensa, radio y televisión, ejercen una influencia importante sobre los procesos políticos, específicamente sobre los procesos electorales, postula Aceves (1993, p. 250), lo cual se encuadra en la teoría de la agenda setting, para entender el papel de los medios de comunicación y el grado de influencia que ejercen en el público (audiencia o lector). Otras teorías fundamentales para los estudios en la relación de los medios de comunicación, la comunicación política y los procesos electorales son la teoría del silencio y la teoría framing y prime que alude directamente a la televisión. En época de campaña, los políticos utilizan esta forma de comunicación (información cotidiana sobre acontecimientos políticos) como recurso estratégico para transportar contenidos políticos, objetivos e imágenes, sin incurrir en costos, es por ello, que los free media aparecen como la forma más adecuada para llegar a los votantes que los paid media (Gleich, 1998).

El verdadero poder de los medios de comunicación reside en su capacidad de penetrar en la conciencia de los individuos, influenciándolos para que orienten su voto en determinada dirección (Aceves, 1993, p. 224), ello adquiere una amplia dimensión en su capacidad de influir en el proceso de formación de la opinión pública. Gleich (1998) advierte que la función de la tematización de los medios en relación

con la comunicación política (agenda setting, estudios de Maxwell McCombs y Donald Shaw) tiene otras implicaciones pues los medios, no solo influyen en los temas sobre los que opinan los televidentes, sino también como estos reflexionan, después de los temas presentados.

El acceso a los medios de comunicación masivos, en algunos países, (no en México) se reparte de manera equitativa e igualitaria entre los contendientes; pero en México eso lo determina los votos de cada partido, en las elecciones anteriores al proceso electoral siguiente. Dado que los medios de comunicación masiva, especialmente la televisión, se han convertido en creadores de imagen en la política, “la adopción de cualquier procedimiento en este punto, tendrá efectos determinantes en el sistema electoral en su conjunto” (Infante, 2005, pp. 67-68); “la actividad informativa de los medios es el proceso mediante el cual se construye la realidad, incide con mayor poder en el nivel cognoscitivo de las audiencias, es por ello que los partidos y políticos se muestran interesados en aparecer con frecuencia ante las cámaras de televisión (Aceves, 1993, p. 251). En contraparte y para no perder adeptos en la publicidad, es que los medios impresos han acuñado la frase: “se gana con la televisión, pero se gobierna con los impresos”, lo cual es altamente atractivo para algunos políticos dado los altos costos publicitarios de la televisión.

Resulta más fácil llegar a través de la televisión a sectores menos interesados en la política, argumenta Gleich (1989), pero esta aseveración deja a la omnipotencia de los medios de comunicación y sus efectos directos en las audiencias, lo que puede constituir una afirmación con poco fundamento. Gleich insiste en que la comunicación política en los procesos electorales influye más en las imágenes de los candidatos, que, en la decisión del voto. De la Garza (2017) opina: (...) en cuestión de política y otros temas, los ciudadanos obtienen información de diversas fuentes, sin embargo, la más utilizada son los medios de comunicación, tanto los tradicionales como los digitales,

sin dejar a un lado la interpretación que los individuos logran en sus relaciones interpersonales.

Córdova (2013) ha expuesto que: (...) los medios de comunicación forman parte de los actores con mayor capacidad de influencia en la vida política de las sociedades modernas y tienen una enorme responsabilidad en la calidad y contenido de la información que reciben los ciudadanos de una colectividad, ya que en la medida que transmiten información sin distorsiones o manipulaciones se convierten en sujetos de gran relevancia en la construcción de ciudadanía, de hecho, una opinión pública bien informada es una de las condiciones de la democracia.

No obstante, De la Mata (2017) es de la opinión que “el modelo de comunicación política es uno de los temas más complicados de analizar actualmente en el derecho electoral y que sin duda será motivo de reflexión del legislador y del constituyente permanente para futuras reformas, más allá del 2018”.

Jaiven y Zúñiga (2013) hace una acotación: (...) desde que la mujer inicia su lucha por el sufragio, los medios de comunicación, en específico, la prensa escrita, fue un espacio de expresión de ideas, denuncias y solicitudes, pues las “sufragistas”, como se les nombra a quienes lucharon por el voto femenino, escribieron en revistas y periódicos para discutir y defender sus derechos y esto les permitió abrir espacios de participación.

La intervención y participación de los medios de comunicación en las elecciones presidenciales del 2006 dieron muestra de las carencias de la Ley Electoral (Valdés, 2010; Rojas, 2012), lo que propició cambios “en la columna vertebral de la reforma 2007 [...] una legislación más rigurosa con respecto a la propaganda en medios electrónicos en materia electoral” (Valdés, 2010), estableciendo una nueva relación entre medios de comunicación, periodistas y figuras políticas, en un inicio únicamente medios electrónicos. Reese (2021) da a conocer que un estudio mundial destaca-

ba que si bien se ha operado un progreso en cuanto a la condición de las mujeres en general, por lo que respecta a su representación en los medios de comunicación y la política, los avances son más lentos, por lo que ha resultado bastante complicado y lento el reconocimiento de los derechos políticos de las mujeres, en este andar es bastante simulación entre el discurso y la realidad, es por ello, que las medidas que dieron origen a impugnaciones y protestas al considerar excesivas las sanciones previstas por Ley a las violaciones reiteradas a la propaganda electoral en la reforma de 2014.

Sin embargo, con tales criterios, se estableció una nueva relación con los medios de comunicación, que obligó al mismo tiempo a generar y construir un nuevo modelo de comunicación política. Reese (2021) especifica que los medios de comunicación ejercen una fuerte influencia sobre las y los votantes y las brechas de género en cuanto a la cobertura mediática, lo cual también puede acarrear consecuencias electorales importantes como disuadir la participación de las mujeres en el plano político, pero también puede presentarse casos en donde los partidos y élites políticos a la hora de elegir mujeres, simplemente no lo hagan.

### La visualización de las mujeres en los medios impresos de Tamaulipas.

“Las mexicanas siguen sobre representadas políticamente, consecuentemente, muchos de sus intereses, necesidades y deseos, permanecen ausentes en las contiendas electorales y en las agendas de gobierno” (Lamas, 2009, p. 32); durante más cuatro décadas, las mujeres, no solo han sido excluidas de la política, sino que sus necesidades han sido postergadas, al respecto, Fernández (1999, p. 32) agrega: (...) la mujer ha participado de forma notoria en los acontecimientos históricos del país, desde la colonia hasta la época revolucionaria, y ha tenido presencia en las luchas obreras de principio del siglo, ha sido soldadera y generala, afiliada a clubes liberales, activista en movimientos pro-derechos, incorporándose al trabajo asalariado y al sistema de enseñanza, par-

tipicando en organizaciones campesinas, obreras, feministas también en los partidos políticos.

La presencia de la mujer en la agenda pública se ha reducido, Reese (2021) presenta una ecuación: a mayor sexismo en los medios, menos participación de las mujeres candidatas, mientras que la cobertura mediática sexista contribuye a la infra representación de las mujeres de política. Este estudio revela que la representación política de las mujeres es prácticamente nula en los medios de comunicación, aún en periodos electorales, cuando debiera la visualización de su participación activa en la vida pública debería empoderar imagen femenina en las contiendas electorales, es decir, en periodo electoral se debe aumentar la percepción en la cantidad de mujeres aspirando a un puesto de elección popular y ganar espacios frente a sus competidores, la idea radica en pensar en que hay muchas mujeres para elegir a una.

El feminismo tomó el término de empoderamiento del inglés; según las ciencias sociales, explican Cornejo et al. (1999), a diferencia “propia de palabras castellanas”, tiene otras connotaciones como apoderar o potenciar. La traducción hace referencia a un proceso y la acción de hacerse poderoso. El estadounidense Nelly Stromquist, especialista en educación comparada, define empoderamiento como “un proceso para cambiar la distribución del poder, tanto en las relaciones interpersonales como en las instituciones de la sociedad” (citado por Cornejo et al., 1999, p. 78).

En resumen, el empoderamiento se considera como el conjunto de componentes cognitivos, en donde se incluyen aspectos psicológicos, políticos y económicos. Cornejo et al. (1999) describe lo cognitivo como “la comprensión que tienen las mujeres sobre sus condiciones de subordinación, así como a las causas de ésta en los niveles micro y macro de la sociedad [...] y la necesidad de tomar opciones”; mientras que el aspecto psicológico se enfoca más “al desarrollo de sentimientos que las mujeres pueden poner en práctica a nivel personal y social para mejorar su condición, así como el

énfasis en la creencia de que pueden tener éxito en sus esfuerzos por el cambio”; además supone que la capacidad para analizar el medio circundante en términos políticos y sociales, corresponden al componente político; ello, implica la habilidad para participar, organizar y movilizar cambios sociales (Cornejo et al., 1999).

Ochman (2016, p. 36) propone una clasificación con tres dimensiones: una, en donde estima que la dimensión colectiva tiene el poder sobre, con implicaciones en las relaciones de obediencia y dominación de los hombres sobre las mujeres; mientras que el poder para, es la capacidad de estimular la acción del otro. Asimismo, el autor incluye el poder con, que permite una acción colectiva y solidaria. Bajo lo cual argumenta que, en la dimensión individual, las relaciones cercanas se rigen por el poder desde adentro, permitiendo vencer la opresión internalizada, inculcada dentro de los procesos de socialización que concientiza quiénes somos y cómo debemos ser. El programa social que aspira al empoderamiento de las mujeres debe incluir estrategias para transformar y modificar las relaciones de poder en las tres dimensiones.

El TFPJF (2011, p. 8) menciona: “al ser los partidos políticos los responsables del acceso a cargos de representación en las democracias [...] la finalidad es destacar la actuación de estas instituciones políticas para promover la participación de las mujeres en la política”. Sin embargo, las actividades de los partidos políticos con relación al empoderamiento de las mujeres, parece no ser de su interés o quizá sean mínimos, como lo demuestran algunos estudios realizados en esta materia.

Para Santoyo (2022) se necesitan como 67 años para cerrar la brecha de género, ello en razón que los medios de comunicación tradicionales caminan sin perspectiva de género. La perspectiva de Género se define como “la metodología y los mecanismos que permiten identificar, cuestionar y valorar la discriminación, desigualdad y exclusión de las mujeres, que se pretende justificar con base en las di-

ferencias biológicas entre mujeres y hombres, así como las acciones que deben emprenderse para actuar sobre los factores de género y crear las condiciones de cambio que permitan avanzar en la construcción de la igualdad de género” (Ley General para la igualdad entre mujeres y hombres, Artículo 5°. Fracción VI).

### Reflexiones y análisis de los resultados

Las siguientes gráficas obtenidas como resultado del análisis de medios de comunicación observados en Tamaulipas, en el proceso pre-electoral de 2018, son reveladoras, para este ejercicio se contaron el número de noticias publicadas en la sección local, se distinguieron en los ítems la procedencia de hombres con relación al número de notas con fuente de mujeres y se hicieron cuadros comparativos. Además, se tomó en cuenta para este estudio cuantitativo la representatividad de la mujer ante la opinión pública, es decir, el liderazgo o representación en el ejercicio de sus funciones al momento dar la nota, si lo hizo como académica, como científica, educadora, políti-

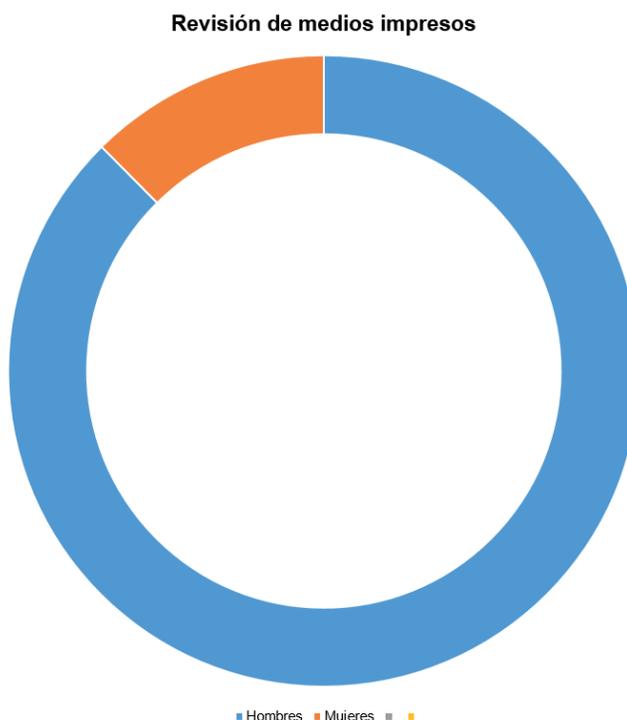
ca, o simple ciudadana.

Se revisaron periódicos de las tres regiones básicas del estado de Tamaulipas, en total se contabilizaron 1,832 notas de la primera sección o también incluidas como sección local y portadas; durante los 10 días del levantamiento de datos, únicamente en 260 notas figuran mujeres, es decir, las mujeres protagonizaron como fuente informativa una noticia, lo cual representa el 14.19 por ciento del total de participación con relación a la participación de los hombres con un 85.8 %, que en ningún momento, es similar o se acerca al principio de igualdad para la competencia electoral.

Este análisis también reveló que no todas las mujeres que fungieron como fuente informativa, participaron en temas de política, lo cual reduce aún más el posicionamiento de las voces femeninas, durante el periodo electoral, pero sobre todo en su incidencia en la agenda ciudadana, debido a que los votantes no visualizan esta participación activa de las mujeres en los medios de comunicación. (Figura 2).

### ■ Figura 2. Visualización de las mujeres en los medios impresos.

Figure 2. Visualization of women in print media.



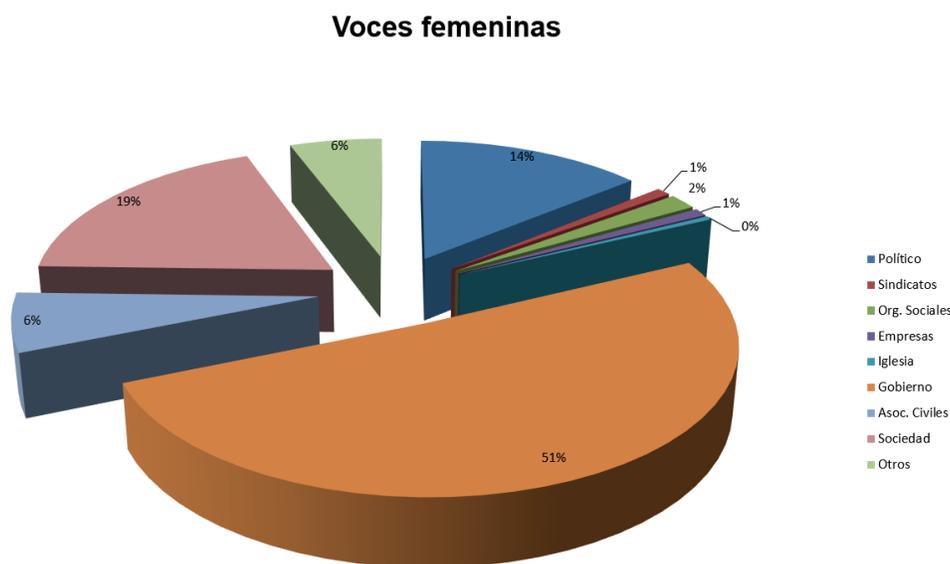
Fuente: Elaboración propia con los datos obtenidos de la revisión de medios impresos.

Fueron 260 notas publicadas en el periodo del 14 de enero al 11 de febrero, la muestra fue de 10 días, en donde se visualizó la participación de las mujeres en las noticias de los cinco impresos analizados en el periodo preelectoral.

De acuerdo con los datos recolectados la fuente (mujer) hizo declaraciones en su carácter como representante de la administración pública o gobierno en 116 noticias en los niveles federal, estatal o municipal, mientras que específicamente de política únicamente fueron 32 no-

tas protagonizadas por mujeres en un periodo que se consideró trascendental para la selección de candidatas a cargos de elección popular; mientras que 43 noticias se clasificaron como notas de sociedad, al no verse la intensión política o de una actividad definida en los segmentos analizados en este trabajo; en menor medida aparecieron otras voces con enfoque sindical 2, representaciones de organizaciones sociales 4, sector empresarial 2, asociación civil 15, otros 13 entre las que se sumaron a docentes e investigadoras de instituciones educativas básica y universidades. (Figura 3). El

■ Figura 3. Distribución de las notas protagonizadas por mujeres.  
Figure 3. Distribution of the notes starring women.



Fuente. Elaboración propia.

estudio describe la participación de las mujeres -de manera general- que en mayor porcentaje (51 por ciento) se refiere la participación de las mujeres que ocupan un cargo en la administración pública, es decir, tienen un rol en el gobierno en sus tres niveles (federal, estatal o local); entre este grupo están agrupadas presidentas municipales, pero también funcionarias de alto nivel como secretarías y directoras de área, y por ende, son protagonistas de 116 noticias en los medios de comunicación.

Prácticamente el mayor porcentaje de las voces de mujeres que hablan ante los medios

de comunicación laboran en el gobierno y sus declaraciones son para informar actividades, logros o anuncios de la administración pública. El 28 por ciento de las notas son protagonizadas por la sociedad en general, pero únicamente el 12.3 por ciento puede considerarse que son mujeres que hablan de política o que tienen aspiraciones por tener presencia en los medios de comunicación.

Este estudio permite inferir que mujeres que no están en un cargo, podrían ser consideradas como precandidatas de su partido político, pero en ese sentido, el porcentaje de par-

ticipación política de las mujeres representada en los medios de comunicación impresos se diluye a la mínima expresión.

## Conclusiones

Existe una gran brecha para la equidad de la participación de la mujer en diversos ámbitos, pero más, en las esferas para la toma de decisiones, es prácticamente notable la ausencia de mujeres, por lo menos en los medios de comunicación. No se puede hablar de igualdad y democracia si se toma en cuenta que, como argumenta Camberos (2011, p. 44): (...) más del 50 por ciento de la población en nuestro país son mujeres, lo que indica que México depende en un grado importante de la plena participación de las mujeres en la sociedad, lo que implica promover la equidad, la justicia, la no discriminación y la inclusión.

Serrano y Bustillo (2014) reconocen que las mujeres continúan siendo un grupo marginado en cuando a la participación política. Esto lo reafirman los resultados de la investigación que concluyen: la representación de la mujer política a través de los medios de comunicación es nula, o bien podría verse también como escasa e incipiente. El análisis de los medios de comunicación en el periodo electoral nos permite presentar los siguientes datos para su reflexión:

La visualización de la mujer en los medios de comunicación impresos, es prácticamente nula y comparativamente, los datos estadísticos relacionados con su representatividad y sus características políticas en el proceso electoral en Tamaulipas, resultan alarmantes, ello, a pesar que desde el año 2000, hubo acuerdos promovidos por la ONU orientados a promover el acceso equitativo de las mujeres a los medios de comunicación, eliminar contenidos sexistas, estereotipados y discriminatorios e impulsar investigaciones en razón de género (Nieves, 2015).

Este estudio comprueba que solo un tercio de las voces representadas (protagonizadas o son fuentes de donde emana la información) en los medios de comunicación, corresponden a mujeres, pero un alto porcentaje de éstas, ocu-

pan una posición o cargo en el gobierno, es decir, son funcionarias municipales, estatales o federales, el porcentaje de participación política de las aspirantes a un puesto de elección popular disminuye considerablemente, en pleno proceso electoral, datos que son congruentes con investigaciones avaladas por la ONU en donde solo el 24 por ciento de las personas que son vistas, leídas o escuchadas en los medios de comunicación, son mujeres.

No existe empoderamiento de las mujeres a través de los medios de comunicación, debido a que la representación social o política de las mujeres que aspiran a un cargo de elección no está configurada como una opción paritaria o equitativa, la brecha de género se refleja también en los medios de comunicación. Santoyo (2022) concluye que los medios de comunicación en México, en general, carecen de perspectiva de género, lo cual repercute en la forma en la que son percibidas socialmente las mujeres. Las mujeres han sido invisibilizadas en los medios de comunicación. La sistemática ausencia de representación o visualización física de las mujeres con aspiraciones políticas en los medios de comunicación limita el empoderamiento y las percepciones a través de su imagen política, debido a que la sociedad difícilmente reconoce los atributos políticos de las mujeres al ser excluidas de los espacios públicos de difusión masiva. Los medios de comunicación no son conscientes de la importancia del equilibrio informativo durante los periodos electorales, y se han mentalizado en que deben ampliar las oportunidades de presencia entre candidatos, pero la figura femenina, ha quedado excluida. Las relaciones entre los poderes fácticos y los poderes políticos a través de las reformas electorales en las últimas dos décadas confirman la sentencia de Córdova (2013): "hay intereses privados contrarios a la lógica estatal". Los medios de comunicación impresos están lejos de alcanzar niveles óptimos para garantizar la equidad de género en la participación de las mujeres con fines de empoderamiento y que ello, les permita competir equitativamente frente a los hombres. Es necesario aplicar el enfoque de

género en noticias y reportajes en diferentes áreas como se propuso en la Conferencia Internacional sobre medios de comunicación e imágenes de las mujeres (Consejo de Europa, 2013).

La primera discusión del análisis comparativo en la cobertura informativa de los medios impresos en materia de género, permite conclusiones empíricas en aspectos relevantes relativos a la equidad de género en el ambiente político, si bien es cierto, que el estudio se centra en un año electoral, es relevante incidir en la necesidad de impulsar políticas públicas o acciones afirmativas para la equidad y paridad en la representación visual de las mujeres en los medios de comunicación, impresos, electrónicos o digitales. En el portal de The Beijing Platform for Action Turns expone las siguientes medidas: Fomentar la capacitación de las mujeres, adoptar directrices profesionales para reducir la discriminación y crear grupos de vigilancia de los medios de comunicación a efectos de supervisión, mientras que “solo hace falta voluntad y estrategias para aplicar la perspectiva de género” (Santoyo, 2022).

Este proyecto expone la presencia de las mujeres en los medios de comunicación, cuya propuesta es concatenar estudios y aportes para proponer acciones y medidas que generen espacios públicos en la difusión de las ideas y el empoderamiento de las mujeres en la agenda mediática, como lo afirma Hernández (2011, p. 16): “las medidas de inclusión de más mujeres en la política pueden sustentarse con argumentos por la eliminación de barreras al ejercicio, en condiciones de equidad, de los derechos políticos de las mujeres, frase puntual que pone en contexto el papel de los medios de comunicación en la representación visual, percepciones y empoderamiento de las mujeres, en el contexto político, sin excepciones”.

## Referencias

- Ansolabehere, K. y Cerva, D. (2009). Género y Derechos políticos. La protección jurisdiccional de los derechos políticos - electorales de las mujeres en México. Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, México. [http://portales.te.gob.mx/publicaciones/sites/default/files//archivos\\_libros/Genero%20y%20derechos\\_politicos.pdf](http://portales.te.gob.mx/publicaciones/sites/default/files//archivos_libros/Genero%20y%20derechos_politicos.pdf)
- Ansolabehere, K. (2014). Asertividad tradicional. Las cuotas de género y su interpretación Judicial. Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación México, México. <http://portales.te.gob.mx/publicaciones/content/asertividad-tradicional-las-cuotas-de-genero-y-su-interpretacion-judicial>
- Camberos, M. (2011). Empoderamiento femenino y políticas públicas, una perspectiva desde las representaciones sociales de género. *Entramado*, 7(2), 40 - 53. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=265422684003>
- Cedillo-Delgado, R. (2016). La paridad de género en las elecciones locales 2015 de Tabasco, Estado de México y Distrito Federal. *LiminaR. Estudios Sociales y Humanísticos*, XIV(1), 186-201. <http://www.redalyc.org/jatsRepo/745/74543269013>
- Cerva, D. (2014). Participación política y violencia de género en México. Universidad Nacional Autónoma de México. *Revista Nueva Época*, Año LIX, número 22, pp. 117 - 140.
- Córdova, L. (2013). El Modelo de comunicación política - electoral mexicano. Tribunal Supremo de Elecciones, Costa Rica. [http://www.tse.go.cr/revista/art/16/cordova\\_vianello.pdf](http://www.tse.go.cr/revista/art/16/cordova_vianello.pdf)
- Cornejo, E., Aranda, P., y Denman, C. (1999). Reseña de “Poder y empoderamiento de las mujeres” de Magdalena de León (compiladora). *Región y Sociedad*, XI(18). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10201808>
- De la Garza, D. y Barredo, D. (2017) Democracia digital en México: un estudio sobre la participación de los jóvenes usuarios mexicanos durante las elecciones legislativas federales de 2015. *INDEX comunicación*, 7(1), 9-114.
- De la Mata, F. (2017). Modelos de comunicación política, tema de reflexión para futura reforma electoral. Discurso pronunciado en la Mesa “Modelos

- de comunicación Política” Feria del Libro TEPJF”, publicado en Sala Superior 99. <http://portal.te.gob.mx/noticias-opinion-y-eventos/boletin/0/99/2017>
- De la Torre, R. (2004). El voto, un primer peldaño en el activismo femenino, en *Revista de Estudios de Género. La ventana*, 19, 159-181.
- Fernández, A. (1999). Participación política de las mujeres en México. Encuentros Iberoamericanos, Universidad Internacional de Andalucía, sede Iberoamericana Santa María de la Rábida, 6, 29-45. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3748845>
- Gleich, U. (1998). Importancia de la comunicación política en los procesos electorales. *Media Perspectives*, 8, 411-422. <http://www.iceta.org/gleich.pdf>
- González, L. (2019). La mujer en los medios de comunicación. *Metrópolis comunicación*, <https://metropoliscom.com/la-mujer-en-los-medios-de-comunicacion/>
- Hernández, A. (2011). Equidad de Género y democracia interna de los partidos políticos. Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. [http://portales.te.gob.mx/publicaciones/sites/default/files/archivos\\_libros/27\\_Hdez.pdf](http://portales.te.gob.mx/publicaciones/sites/default/files/archivos_libros/27_Hdez.pdf)
- Infante, J. (2005). Elecciones en México: restricciones, fraudes y conflictos. *CONfines de Relaciones Internacionales y Ciencia Política*, 1(2), 65-78, <http://confines.mty.itesm.mx/articulos2/InfanteJM.pdf>
- Jaiven, N. y Zúñiga M. (coord.). (2013). El sufragio femenino en México. Voto en los estados (1917-1965). *Región y Sociedad*, XXVII(62), 253-260.
- Jaiven, A. y Rodríguez, R. (2017) El sufragio femenino y la Constitución de 1917. Una revisión. *Política y cultura*, 48, 57-81.
- Lamas, M. (2009). Con la cultura en contra, algunas consideraciones sobre los obstáculos que las mexicanas enfrentan para ejercer sus derechos políticos – electorales. <http://ru.juridicas.unam.mx/xmlui/handle/123456789/40145>
- 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. Congreso de la Unión, México. [http://www.diputados.gob.mx/documentos/Comite\\_CEAMEG/Libro\\_Part\\_Pol.pdf](http://www.diputados.gob.mx/documentos/Comite_CEAMEG/Libro_Part_Pol.pdf)
- Nieves, M. (2015). Los medios de comunicación son actores clave para visibilizar la desigualdad que afectan a las mujeres. Organización Mundial de Naciones Unidas – CEPAL. <https://www.cepal.org/es/noticias/medios-comunicacion-son-actores-clave-visibilizar-la-desigualdad-que-afecta-mujeres>
- Ochman, M. (2016). Políticas sociales y empoderamiento de las mujeres. Una promesa incumplida. *Revista de Estudios Políticos*, 48, 32-51. <http://www.scielo.org.co/pdf/espo/n48/n48a03.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU-Mujeres). (2016). Los derechos políticos de las mujeres y cómo defendernos. <https://mexico.unwomen.org/es/digiteca/publicaciones/2015/10/derechos-politicos-de-las-mujeres>
- Pérez, M. S. y Garda, R. (s./f.). Guía metodológica para la elaboración de indicadores con perspectiva de género. Centro de documentación del Instituto Nacional de Mujeres <http://cedoc.inmujeres.gob.mx/ftpg/Campeche/camp09.pdf>
- Rojas, A. (2012). El papel de los medios de comunicación en las elecciones presidenciales 2006: una lección para el IFE. Colegio de México, México. [http://pac.ife.org.mx/colmex2012/docs/11\\_Rojas.pdf](http://pac.ife.org.mx/colmex2012/docs/11_Rojas.pdf)
- Santoyo, L. (2022). Los medios de comunicación y la desigualdad de género. *México social*. <https://www.mexicosocial.org/los-medios-de-comunicacion-y-la-desigualdad-de-genero/>
- Serrano, S. y Bustillo, R. (2014). Derechos políticos de las mujeres. Un camino a la igualdad (1ra. reimpr.),

1ra. ed.). Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.

Tuñón, E. (2002). Historia del voto femenino. *Revista Antropológica*, Vol. 25, disponible en <http://www.dimensionantropologica.inah.gob.mx/?sl-dArt=384&cVol=25&nAutor=TU%C3%91ON%20PABLOS,%20ENRIQUETA&identi=50&info-cad=Volumen%20No.25%20periodo%20%20a%C3%B1o%202002>

Tuñón, E. (2002b). Por fin... ya podemos elegir y ser electas!: el sufragio femenino en México, 1935-1953. Instituto Nacional de Antropología e Historia, Plaza y Valdéz.

Valdés, L. (2010). El funcionamiento del nuevo modelo de comunicación política del Instituto Federal Electoral: el porqué de la Reforma y sus logros. Ponencia presentada en la Séptima Reunión Interamericana de Autoridades Electorales, Washington, disponible en: [http://www.oas.org/sap/docs/DECO/7\\_EMBs/presentaciones/Ponencia%20Washington%20Valdés%20Zurita%20ESPAÑOL.pdf](http://www.oas.org/sap/docs/DECO/7_EMBs/presentaciones/Ponencia%20Washington%20Valdés%20Zurita%20ESPAÑOL.pdf)

Vidal, F. (2015). La participación política en México: entendiendo la desigualdad entre hombres y mujeres. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales* 2015, LX (enero-abril).

Zaremborg, G. (2009). ¿Cuántos y para qué?: los derechos políticos de las mujeres, desde la óptica de la representación descriptiva y sustantiva. Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. [http://www.te.gob.mx/ccje/Archivos/ponencias/Gisela\\_Zaremborg.pdf](http://www.te.gob.mx/ccje/Archivos/ponencias/Gisela_Zaremborg.pdf)