

Estereotipos sobre candidatas y candidatos en la cobertura mediática de las campañas electorales locales de Jalisco de 2018

Dra. Frida V. Rodelo

Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Guadalajara

Profesora titular en la Universidad de Guadalajara

frida.rodello@academico.udg.mx

Resumen (300 palabras)

La ampliación de la paridad obligatoria de candidaturas al nivel municipal durante el proceso electoral local de Jalisco de 2018 resultó en un avance numérico frente a la meta de lograr la igualdad política de hombres y mujeres. Una dimensión de este proceso es la de la cobertura y tratamiento mediáticos de las candidatas, así como las diferencias de género en la representación de hombres y mujeres. El interés por esta dimensión radica en el potencial de los medios para reforzar en la cultura patrones de pensamiento acerca de los roles de género y las capacidades de hombres y mujeres para ejercer funciones políticas; así como su potencial para promover actitudes acerca de la entrada de las mujeres en la vida pública.

El objetivo de la ponencia es identificar patrones diferenciados de acuerdo al género en los mensajes a propósito de las candidaturas durante este proceso electoral, así como sus particularidades respecto a otros contextos. En un primer análisis, se discuten las diferencias de género en las cantidades de cobertura mediática de candidaturas. En un segundo análisis, se identificaron estereotipos dentro de los mensajes acerca de los candidatos y candidatas. En una última etapa, se discuten las implicaciones que los estereotipos identificados tienen frente al objetivo de garantizar los derechos políticos de las mujeres.

Para realizar lo anterior, se analizaron los datos producidos por el monitoreo de radio y televisión durante las campañas electorales. La identificación de temas se realizó a partir de una estrategia de codificación que combinó códigos *a priori* y códigos que emergieron durante la lectura de los datos cualitativos. Los códigos *a priori* fueron retomados de la tipología de notas sexistas realizada por Cimac (2016) y de estudios cualitativos sobre disparidades de género en el tratamiento mediático de candidatas y candidatos realizados en otros contextos.