

COMISIÓN  
ESTATAL  
ELECTORAL  
NUEVO LEÓN

CEE 

# XXII CERTAMEN DE ENSAYO POLÍTICO

2021

**XXII Certamen  
de Ensayo Político**

## **XXII CERTAMEN DE ENSAYO POLÍTICO**

© Comisión Estatal Electoral Nuevo León  
5 de Mayo 975 Ote., col. Centro,  
Monterrey, Nuevo León, México, C. P. 64000  
[www.ceenl.mx](http://www.ceenl.mx)

© Autoras y autores: Edrei Álvarez Monsiváis, Emilio del Carmen López, Fernando Vargas Olvera, Giordano Julián Cervera Leonetti, Emmanuel Velásquez Luna, Esteban Rodríguez Sánchez, Sergio Maya Fernández, Diana García Ángeles, José Luis Estrada Rodríguez y Alan Villavicencio Jiménez.

ISBN: 978-607-7895-60-2

ISBN (versión electrónica): 978-607-7895-59-6

Editado e impreso en México, 2021

Ejemplar de distribución gratuita, prohibida su venta.

## CONTENIDO

Mensaje del Consejero Presidente ..... 7

Mensaje del Jurado Calificador ..... 9

### **Ensayos ganadores**

#### PRIMER LUGAR

¿Mujeres o políticas? Representación periodística de candidatas a la Gubernatura en las elecciones de 2021

*Edrei Álvarez Monsiváis* ..... 17

#### SEGUNDO LUGAR

Afromexicanos, representación y Estado: hacia la conquista de derechos

*Emilio del Carmen López* ..... 47

#### TERCER LUGAR

Judicialización del Anáhuac. La identidad como emancipación electoral en los pueblos originarios de la Ciudad de México

*Fernando Vargas Olvera* ..... 81

### **Menciones honoríficas**

El cuarto nivel de Gobierno autónomo:  
la democratización de la gestión submunicipal

*Giordano Julián Cervera Leonetti* ..... 111

La brecha ideológica en la democracia, la segregación  
y la anulación de la otredad  
*Emmanuel Velásquez Luna* ..... 137

Hacia una comprensión materialista del odio, el populismo  
y la indignación  
*Esteban Rodríguez Sánchez* ..... 157

Contención, solución y la oportunidad perdida: periodos en la  
relación del Gobierno mexicano con los pueblos indígenas a la luz  
de 500 años de resistencia  
*Sergio Maya Fernández* ..... 187

### **Trabajos sobresalientes**

Visibilización de las personas con discapacidad en las elecciones  
de 2021  
*Diana García Ángeles* ..... 221

Democracia y populismo en América Latina: del mandato libre  
al mandato popular  
*José Luis Estrada Rodríguez* ..... 247

Nuevos modelos de democracia y gestión electoral: votar nos  
llevará a la ruina  
*Alan Villavicencio Jiménez* ..... 275

## PRIMER LUGAR

# ¿MUJERES O POLÍTICAS? REPRESENTACIÓN PERIODÍSTICA DE CANDIDATAS A LA GUBERNATURA EN LAS ELECCIONES DE 2021

Edrei Álvarez Monsiváis

### **Introducción**

Las mujeres políticas han tenido menos oportunidades de acceder a puestos de poder debido a una disparidad de género. De acuerdo con Naciones Unidas, hasta marzo de 2021, solo 22 mujeres de 193 países ocupan el papel de Jefa de Estado o de Gobierno (*Noticias ONU*, 2021). En Latinoamérica, de las 80 elecciones para el Poder Ejecutivo ocurridas de 2000 a 2018, solo 56% tuvo al menos una mujer como candidata (Álvarez-Monsiváis, 2019). En el contexto de julio de 2021, ninguna mujer es actualmente Presidenta de su país en la región.

Algunas de las causas de la baja representación de mujeres en estos puestos tienen que ver con motivos culturales. Valcárcel (2008) explica que históricamente los espa-

cios han sido separados de acuerdo con el género, donde el espacio público es ocupado preferentemente por los hombres; y el espacio privado o íntimo, por las mujeres. Esta separación de esferas públicas y privadas ha creado narrativas sobre el lugar que ocupan las mujeres en la sociedad, las cuales dictan que ellas deben hacerse cargo de la «economía doméstica» (De la Paz López, 2007). Este tipo de discursos interiorizados en la sociedad provocó que las mujeres tuvieran que cumplir primeramente con sus responsabilidades maternas antes que ocuparse de cuestiones en el ámbito de lo público o político. Esta situación ha creado lo que se conoce como *techo de cristal* o *suelo engomado* (Fernández Poncela, 2008), donde pareciera que las oportunidades de las mujeres para ser candidatas están disponibles, pero que ellas «no quieren» acceder a estos puestos.

Otro causante entendido de la baja representación de mujeres en puestos de poder es el de una situación histórica donde ellas no tuvieron derecho al voto durante la primera mitad del siglo XX, por lo que se asentó de forma institucional que se infravalorara la participación de las mujeres en política (Bartra, 2000).

Aunque la participación de las mujeres es posible debido a diferentes cuotas de género que se han implementado, aún existe una predisposición de la ciudadanía de votar por hombres. Es por este hecho que los partidos prefieren enlistar a las mujeres para candidaturas de menor rango, como Alcaldías o Diputaciones en distritos locales o también en puestos donde hay una menor probabilidad de ganar la elección (Reingold, Widner y Harmon, 2019).

El presente ensayo parte de la idea de que existen actitudes de los medios de comunicación que juegan en el contexto de elecciones donde participan mujeres y que no permiten una interpretación adecuada de las propuestas políticas de

las aspirantes en cuestión. Esta hipótesis se sostiene en estudios previos que indican una desigualdad en el tratamiento periodístico entre hombres y mujeres durante una campaña electoral (Álvarez-Monsiváis, 2019; Fernández García y Tous Roviroso, 2012; Van der Pas y Aaldering, 2020).

El objetivo de este trabajo es analizar las formas en que las noticias de internet realizan una cobertura periodística de acuerdo con el género de las candidatas. Lo anterior se realizará por medio de ejemplos de notas digitales publicadas sobre las aspirantes a la Gubernatura durante la elección de 2021. Para esta exploración se retoma el trabajo de Van der Pas y Aaldering (2020), en el que se realiza un meta-análisis de 90 artículos académicos sobre la representación de mujeres políticas en los mensajes periodísticos. En esa investigación, las autoras distinguieron cuáles eran las tendencias de cobertura estadísticamente significativas que eran comunes en el conjunto de estudios y los englobaron en tres: cobertura de competencia, cobertura de la esfera íntima y cobertura de asunto.

De esta manera, el ensayo se estructura al presentar, en un primer momento, cómo fue la participación de mujeres políticas durante las elecciones del 6 de junio de 2021. Después, se esbozan los tres tipos de tendencias en la cobertura registrados por Van der Pas y Aaldering (2020) y se ejemplifican a partir de notas surgidas durante la elección en cuestión; para concluir, se propone una estructura para el análisis de la información periodística de candidatas políticas.

### **Participación de las mujeres en la elección federal de 2021**

En México, la última reforma de ley a nivel constitucional en términos de paridad de género ocurrió en 2019 con el fin



de que las mujeres participaran en los distintos grados de Gobierno (*Diario Oficial de la Federación*, 2019). Los efectos de esta se esperaban para la elección federal del 6 de junio de 2021, en la que se renovarían en su totalidad la Cámara de Diputados federal, 15 Gubernaturas y la mayoría de los Congresos locales y Alcaldías.

De acuerdo con la página web *Proceso electoral 2021* (Olivera, Rojas y Cruz, 2021), 18 de los 30 estados en los que hubo elecciones para Diputaciones Locales lograron la paridad, y el Estado de México fue el que menor porcentaje de Diputadas Locales registró (38%); mientras que el Congreso de Campeche estuvo compuesto por dos terceras partes de Diputadas (67%). En el Congreso Federal, hubo 246 Diputadas de las 500 curules disponibles (49.2%), un porcentaje aun mayor de mujeres que en 2018.

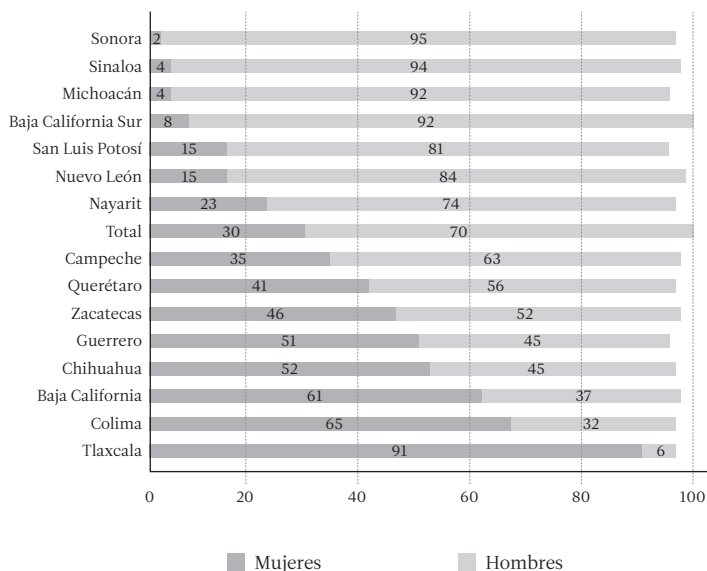
En lo que corresponde a Gubernaturas, en dicha elección se postularon 56 mujeres (48%) y 61 hombres (52%) como candidatas a los 15 estados en competencia. La contienda electoral de este año, por tanto, se caracterizó por lograr una cantidad similar en la inscripción de nominadas y nominados. Todos los partidos políticos con registro nacional candidatearon al menos a siete mujeres, ya sea de forma individual o en alianza.

A pesar de estos esfuerzos derivados de las reformas y de las leyes de cada partido, la votación no favoreció a las mujeres de la misma manera que a los hombres. Como puede observarse en la Gráfica 1, las mujeres obtuvieron poco más de 3,400,000 votos, lo cual representa 30% de la votación total. En ese sentido, a pesar de que las candidaturas fueron en igual número de postulantes, los votos terminaron por privilegiar a los hombres.

Lo anterior ocasionó que solo seis mujeres de los 15 estados participantes (Baja California, Campeche, Chihuahua,

Colima, Guerrero y Tlaxcala) ganaran la Gubernatura de su estado. Esto significa que, por primera vez, siete estados de la república estarán gobernados por mujeres de forma simultánea (ya que Claudia Sheinbaum gobierna actualmente la Ciudad de México), es decir, 22% del total de entidades federativas. Es un resultado optimista si se considera que en la historia del país solamente siete mujeres antes de esta elección habían logrado salir victoriosas en las contiendas por la Gubernatura.

**Gráfica 1. Porcentaje de votación recibida de acuerdo con el género del candidato a la Gubernatura**



Fuente: Elaboración propia con datos del Programa de Resultados Electorales Preliminares (PREP) 2021 de cada estado.

Nota: La suma de hombres y mujeres no es igual a 100% porque se han excluido los votos nulos.

## Cobertura de competencia

El primer comportamiento de los medios que registró una tendencia estadísticamente significativa, de acuerdo con Van der Pas y Aaldering (2020), fue la cobertura de la competencia. En términos generales, este tipo de representación periodística ocurre cuando las noticias reportan que las posibilidades de triunfo entre hombres y mujeres son diferentes, con un mayor énfasis en que las candidatas tienen menores probabilidades.

Esto puede ocurrir en dos modalidades. Primero, cuando se presenta la opinión de los hombres en forma de citas directas, es decir, frases completas que aparecen entrecuilladas durante el cuerpo de la noticia y que se entiende que están escritas tal cual como fueron expresadas; mientras que las posturas de las mujeres suelen encontrarse a manera de paráfrasis o sin citas. Las citas directas resultan una forma de cubrir a los personajes políticos de una manera más orgánica y transparente, puesto que así pueden profundizar en su plataforma política, defenderse de críticas en su contra e incluso demostrar su personalidad a través de la expresión oral. Por el contrario, en la paráfrasis interviene la interpretación del periodista, quien explica la opinión de la candidata con otras palabras.

Haraldsson y Wängnerud (2019) en una investigación comparada, clasificaron a esta actitud de los medios como sexista, en tanto las candidatas no tienen la oportunidad de expresarse, sino que los medios hablan sobre ellas e interpretan sus declaraciones. Las autoras generaron un parangón entre los países con medios más sexistas y la cantidad de mujeres que tienen en sus puestos políticos y concluyeron que existe la tendencia que a menor número de citas directas, menor será el de mujeres en cargos políticos.

La teoría comunicativa de Gerbner y Gross (1976) predice que para que se haga consciente la existencia social de un fenómeno o grupo, en este caso las mujeres políticas, también debe haber una existencia en el terreno de lo simbólico, esto es, en los medios de comunicación. En ese sentido, el hecho de que la realidad política de un país sea la ausencia de mujeres en cargos políticos explica el por qué se genera una aniquilación simbólica de las voces de las políticas dentro de la información periodística. En este aspecto, los periodistas y organizaciones de medios deben revisar la estructura de los textos que publican en orden de no reservar las citas directas para los hombres, lo cual se puede interpretar como que son estos los que tienen las ideas políticas más relevantes y que merecen ser expuestas en el espacio público.

La segunda modalidad en la cobertura de competencia ocurre cuando las noticias enfatizan que las mujeres se encuentran en una desventaja para ganar la contienda. Esta situación la suelen expresar en diferentes formas: al indicar que el manejo u organización de la campaña ha sido deficiente debido a que no se han administrado los recursos de forma adecuada; al presentar encuestas de intención del voto que no las favorecen y cuyo resultado parece irreversible; o al exponer que estas no han sabido manejar una crisis o problemática ocurrida durante una campaña, por mencionar algunas de las formas.

El trabajo de Van der Pas y Aaldering (2020) explica que, si bien es cierto que tanto candidatos como candidatas están propensos a complicaciones en sus campañas, los medios suelen hacer mayor cantidad de noticias acerca de las vicisitudes de las aspirantes. Para evidenciar cómo ocurrió esto durante las campañas a la Gubernatura en 2021, a continuación, se presentan algunos ejemplos de titulares:

Layda Sansores se desploma en Campeche; baja a tercer lugar en preferencias ciudadanas (*El Financiero*, 2021).

En este primer encabezado se expresa que las tendencias en las encuestas de intención del voto indican que la aspirante a la Gubernatura de Campeche, Layda Sansores, pasó de un primer a un tercer lugar en las preferencias. Aunque se tienen las evidencias suficientes de este hecho al mostrar los resultados de la encuesta elaborada por el periódico, resulta problemático el hecho de utilizar ciertas palabras como «desplome», lo que se interpreta como una pérdida grave en la aceptación de la candidata. Además de ello, se hace alusión a que ella perdió posiciones en lugar de asegurar que fueron sus contrincantes los que subieron en las encuestas. El trabajo de Van der Pas y Aaldering (2020) ante este fenómeno explicaría que ello ocurre porque los medios tienden a puntualizar las pérdidas de las mujeres candidatas. Un segundo ejemplo es el siguiente encabezado:

Las tardías disculpas de Clara Luz Flores por NXIVM: anda volando bajo (*Eme Equis*, 2021).

En esta ocasión, el medio *Eme Equis* subraya que Clara Luz Flores, candidata al estado de Nuevo León, no ha realizado una estrategia adecuada que le permita palear la situación de crisis generada por un video en el que se le vincula con el líder de la secta NXIVM. Además, caracteriza como «volar bajo» para indicar que su campaña no se encuentra en un momento ventajoso. El título de la nota es problemático en tanto contiene tintes editoriales y no tanto de precisión de hechos, ya que evalúa la situación de la campaña, sin dar oportunidad a que los lectores interpreten por cuenta propia la información. La nota, por tanto, tiene la intención de sentenciar a la candidata como poco competitiva, lo cual la

encuadra en una situación de desventaja. Ante esta situación, Towner y Clawson (2016) ya habían sostenido que los medios suelen ser más juiciosos en los errores cometidos por candidatas que por candidatos. Un tercer ejemplo se presenta a continuación.

Ante la inminente declinación de Mónica Rangel por Octavio Pedroza, «El Pollo», pide a morenistas voto útil (*El Sol de San Luis*, 2021).

En esta situación, los medios no solo opinan que la campaña es poco favorable, sino que publican historias en las cuales se sugiere que, ante la baja intención del voto, la candidata debería cerrar filas por algún candidato que tenga probabilidades reales de ganar la elección. En esta cabeza de *El Sol de San Luis*, se habla de que la candidata Mónica Rangel de Morena declinaría de manera «inminente» por Octavio Pedroza de la alianza del PRI-PAN-PRD, lo cual no ocurrió. De acuerdo con Van der Pas y Aaldering (2020), los medios suelen hacer mayor énfasis y naturalizar el hecho de que las candidatas con bajos niveles de aceptación deberían declinar a favor de otro, lo cual ocurre en menor medida con candidatos con una popularidad reducida. El siguiente ejemplo ocurrió en la candidatura del estado de Guerrero:

La candidatura de Evelyn Salgado no prende. Ya vienen refuerzos... para el PRI (Tapia, 2021).

En esta noticia redactada por Patricia Tapia para *Eme Equis*, a pesar de hacer referencia a que la candidatura no tiene el éxito esperado, esto no es contrastado con un sondeo, más bien se trata de una narración en la cual se apuntan las debilidades de la campaña de Evelyn Salgado. La nota juega con las palabras, puesto que se habla de que «ya vienen

refuerzos», para al final asentar que son refuerzos para su candidato contrincante. Durante el resto de la nota son resaltadas con negritas diferentes partes que indican una campaña fallida, por ejemplo, «incluso ya ponen a Evelyn por debajo de Moreno Arcos» y «hasta los mismos integrantes del partido guinda han desertado». En general, se trata de una información que parte de una tesis en el titular (la candidatura no prende) que busca ser probada por medio de interpretaciones de la persona que redacta la noticia. En ese sentido, se trata de información con el objetivo de atacar a la candidata, lo cual, de acuerdo con Van der Pas y Aaldering (2020), es un tipo de abordaje periodístico recurrente en torno a las candidatas.

Es importante recordar que la cuestión no es la de evitar hacer noticias sobre sondeos de opinión desfavorables para las campañas de las mujeres políticas ni tampoco el no resaltar cuando haya fallas en la organización de su plan para ganar la elección. El asunto que se cuestiona en este tipo de actitudes por parte de los medios es que estos no reparan en hacer evidente este tipo de información cuando se trata de una mujer candidata, es decir, las mujeres son más propensas de aparecer en este tipo de noticias que los hombres. En estos ejemplos fue posible analizar algunas de las modalidades en que ello ocurre, lo cual no quiere decir que sea un comportamiento reiterado por parte del medio del cual se obtuvo el ejemplo.

### **Cobertura de la esfera íntima**

Históricamente, a las mujeres se les ha asignado las funciones dentro de la esfera íntima, en la cual se desarrollan deberes como la crianza, educación de los hijos, cuidados, alimentación, entre otras actividades propias de lo doméstico

(Habermas, 1989). Debido a que en el sistema económico actual se necesitan empleos que tabulen cero para que exista un trabajo con salario, a las mujeres se les ha visto como las encargadas específicas de este tipo de tareas no remuneradas (Durán, 2018). Las candidatas a la Gubernatura de los diferentes estados buscan lograr un puesto político que se encuentra en el terreno de la esfera pública, en la cual se toman decisiones trascendentales para el bienestar social y la soberanía nacional, actividades que frecuentemente son asignadas a los hombres (De Fontcuberta, 1990).

El estudio de Van der Pas y Aaldering (2020) detecta una tendencia de los medios de comunicación a seguir explorando la esfera íntima de las participantes en contiendas políticas, a pesar de que el terreno en el cual se mueven es meramente político. Se encontraron tres modalidades en las cuales se mediatiza la esfera íntima de las candidatas a la Gubernatura.

La primera de ellas es que las mujeres candidatas reciben una mayor cantidad de noticias referentes a su imagen, apariencia y forma de vestir. Durante las elecciones de 2021 se encontraron algunos ejemplos. En la siguiente cita es posible ver cómo *Net Noticias* realizó una nota en la que explican que en redes sociales se compara en apariencia a la candidata de Campeche con la vedette Lyn May y la muñeca de películas de terror, Anabelle:

Comparan a Layda Sansores de Morena con Lyn May. Dijeron que incluso podría hacerse pasar por la muñeca Anabelle. [...] Sin embargo, [...] hay quienes dicen que la actriz se ha ganado la vida honestamente a diferencia de la pelirroja Sansores (*Net Noticias*, 2021).

Como puede analizarse, este texto no abona al entendimiento de la plataforma política de la candidata, por lo que



no se entiende por qué esta situación tendría que ser noticia. El medio busca desprestigiar a la candidata a través de criticar su cuerpo, por lo que se puede considerar una actitud misógina de este, en tanto elude la importancia de Sansores como política, para referirla únicamente por su estética. También utilizan el sustantivo «pelirroja» para continuar con el enfoque hacia la imagen física de la candidata, en lugar de referenciarla como «la candidata», «la política», «la ex Alcaldesa de Álvaro Obregón» o simplemente presentando su apellido. Este ejemplo, en definitiva, se trata de un ataque a la candidata, con uso de violencia en razón de género. Otro ejemplo es el siguiente:

[...] dijo para luego recibir el júbilo máximo de los presentes, que manifestaron total apoyo hacia la joven abogada bajacaliforniana (*El Universal*, 2021a).

En esta cita se resalta la juventud de la candidata Marina del Pilar Ávila. Este tipo de adjetivos se consideran que entran en el plano de la subjetividad en tanto no se entiende la referencia de qué es ser joven. Esto deja a libre interpretación de la audiencia de la información puesto que la juventud para un contexto puede ser algo ventajoso, pero también se puede traducir como inexperiencia por parte de la candidata. Los periodistas deberían evitar utilizar este tipo de condiciones que no aportan a las propuestas políticas, pero que pueden funcionar como atajos para la deliberación del voto por parte de los lectores. Si el adjetivo hubiera sido eliminado del texto aún se entiende el sentido de la oración.

En el mismo contexto de la elección en Baja California, se encontró la siguiente columna de Gustavo Macalpin en *El Imparcial*, en la cual se destaca, de forma sarcástica, la apariencia de la candidata Lupita Jones:

Enrique «Kiki» Méndez, hizo un llamado a [...] Jorge Hank Rhon, pidiéndole que apoye a la candidata de su partido, la ex Miss Universo, siempre bonita, nunca inbonita, Lupita Jones (Macalpin, 2021).

A lo largo de esta campaña existieron distintas celebridades que decidieron postularse para puestos políticos. Independientemente de que si cuentan o no con las credenciales necesarias para el cargo al que se anotaron, es importante recordar que todos los ciudadanos tienen el derecho de ejercer su derecho de ser votados. En ese sentido, es imperativo que los medios no ridiculicen o estereotipen a los candidatos cuyo foco principal ha estado lejano a la política formal. En la cita anterior, es posible notar cómo Macalpin (2021) se refiere a la candidata Lupita Jones a partir de su apariencia, la muestra como una persona frívola, sin destacar la experiencia que ha tenido en la dirección de organizaciones. Si bien la cita de ejemplo puede ser entendida como sarcasmo, nuevamente se encuentra un llamado a los lectores hacia fijar la atención en las apariencias y no tanto en las propuestas.

Otra forma de fijar la atención hacia aspectos de apariencia se encontró en la cobertura de la candidata por el estado de Querétaro, Celia Maya. Durante las primeras líneas del perfil realizado por Víctor Chávez (2021) para *El Financiero* se puede leer lo siguiente:

Discreta, sencilla, amable, nunca ostentosa. [...] A sus 71 años, es poco afín a las redes sociales; más bien es todavía de películas de Pedro Infante (Chávez, 2021).

El autor de esta información hace referencia a términos subjetivos puesto que no es posible interpretar qué es lo que

quiere dar a entender ni la relevancia que tienen los adjetivos de discreta, sencilla, amable y no ostentosa. Además, estas características carecen de lo que Laso Ortiz (2017) explica como *agencia*, la cual se entiende como las características de personalidad que definen a un líder. En ese sentido, hacen notar a la candidata Maya con una actitud pasiva, lo cual es lo que culturalmente se ha esperado de una mujer: que sea sumisa, introvertida y sin opacar a los demás. Este perfil se vuelve problemático para la deliberación de las audiencias, puesto que estas pueden llegar a interpretar que la aspirante carece de un liderazgo. Si bien a lo largo del texto se incorporan los estudios y experiencia laboral de la candidata que la vuelven apta para el cargo al que busca desempeñar, en la estructura periodística común se entiende que el primer párrafo o entrada es lo más importante del texto. En este caso, lo que el periodista deja a entrever como lo relevante es la actitud pasiva de la aspirante.

Aunado a esto, el ejemplo también hace referencia a su edad, no solamente a través del número de años, sino también al expresar que disfruta de películas de épocas pasadas. Este dato se vuelve intrascendente para conocer su plataforma política, por lo que no se consideraría un dato clave del perfil como para aparecer al inicio del texto. Resaltar su edad puede hacer ver a Maya como perteneciente a un grupo de la vieja política.

Un último ejemplo referente a la representación en las noticias de la apariencia de las aspirantes se puede encontrar en el siguiente mensaje periodístico sobre la candidata del PRI-PAN-PRD al estado de Zacatecas, en el cual se realiza su condición de discapacidad:

Claudia Edith Anaya Mota es una mercadóloga y política mexicana. [...] Ella misma, en su silla de ruedas, afirma que «no hay imposibles para las mujeres...» (*Diario Rotativo*, 2021).

En esta situación es posible considerar como relevante el hecho de que se brinde visibilidad a las personas con discapacidad que buscan puestos políticos de alta jerarquía. No obstante, esto queda en una fase secundaria cuando la información noticiosa no está enfocada en este tema, sino que se trata de un artículo referente a las candidatas a la Gubernatura de diferentes entidades que encabezan las encuestas, de acuerdo con el *Diario Rotativo*. En ese sentido, resulta innecesario acotar que lo que ella afirmó lo dijo desde su silla de ruedas. De hecho, se sobreentiende que las declaraciones que realice las hará con ayuda de este aparato. Así, recalcar su diversidad funcional no aporta al ámbito que la candidata quiere destacar con su cita textual. Sería interesante que se realizaran mayor cantidad de contribuciones académicas acerca del tratamiento periodístico de candidatas con interseccionalidad género-capacitismo.

Además de la apariencia e imagen de las candidatas, Van der Pas y Aaldering (2020) sostienen que existe evidencia suficiente para demostrar que los medios de comunicación tienden a vincular a las candidatas con los integrantes de sus familias en mayor medida que a los candidatos. Como ya se ha discutido, las mujeres tienen embebidas las cuestiones de la esfera íntima y obligaciones domésticas, por lo que los medios consideran noticioso publicar quiénes conforman su familia cercana. Tales son los casos de los siguientes ejemplos:

#ColimaDecide: Indira, lo que aprendió de su padre y lo que le enseña a su hija e hijo (*Estación Pacífico*, 2021).

Abigail Arrendondo Ramos [...], además de considerarse orgullosa de su familia, conformada por 3 hijas y su esposo (*Códice Informativo*, 2021).

En los anteriores ejemplos se puede registrar cómo las candidatas son cubiertas junto con sus hijos y esposos con la intención de saber cómo está conformada su familia. De acuerdo con los estudios que analizan la presencia de dichos personajes en las notas, esto sucede de forma más frecuente en las noticias sobre candidatas, cuyo fin es destacar que ellas, además de cumplir con las funciones de políticas, también están desempeñando sus obligaciones como esposas y madres en la esfera íntima (García Beaudoux, D'Adamo y Gavensky, 2018).

La problemática no queda en el terreno de publicar a sus familiares, sino que incluso son mencionadas a partir de su parentesco, esto es, se les localiza como la esposa de, la hermana de, la hija de, etcétera. Este tipo de representación mediática, de acuerdo con Ríos Sierra (2017), genera un ambiente de *corresponsabilidad*, es decir, que la nominación a la Gubernatura no ha sido otorgada a la candidata en lo individual, sino que se le ha dado gracias a que tiene un familiar enrolado en el ambiente político. Lo anterior demerita sus credenciales políticas para dar a entender que sus logros no son propios, sino compartidos.

Un caso común detectado durante la elección federal de 2021 fue el de la aspirante Evelyn Salgado, a quien se le vinculó durante toda la campaña con su padre, el Senador Félix Salgado Macedonio. Algunos titulares referentes a esta situación fueron los siguientes:

PAN se suma al PRI contra Evelyn Salgado, hija de Félix Salgado Macedonio (*El Universal*, 2021b).

Evelyn Salgado, hija de Salgado Macedonio, candidata de Morena a la gubernatura de Guerrero (Barragán, 2021a).

La campaña de Evelyn Salgado se enfrenta a la sombra de las denuncias de violación contra su padre (Barragán, 2021b).

Como puede observarse, la candidata no fue tomada en cuenta por su trayectoria, como su labor en el DIF en Aca-pulco o por sus credenciales académicas, sino por ser hija del anterior aspirante a la Gubernatura. Se entiende que el hacer un nexo entre la candidata y su padre viene dado por un posible conflicto de interés, en tanto resulta, por lo menos, sospechoso que cuando el Instituto Nacional Electoral le retira la candidatura a Félix Salgado Macedonio, debido a que este no transparentó los gastos de precampaña de forma adecuada, la que se quedara con la candidatura fuera precisamente su hija. No obstante, los medios no dejaron de mencionarla como la hija del Senador durante el resto de la campaña electoral; por ejemplo, la nota de *El Universal* (2021b) ocurrió apenas una semana antes de la elección.

En ese sentido, los medios dejaron fuera del foco mediático las propuestas y promesas de la candidata para así representarla como una aspirante impuesta por su padre, y dar a entender que el votar por ella fue en realidad votar por Félix. Interesante también el ejemplo del último titular donde, incluso, asociaron a Evelyn con las denuncias de violación que fueron interpuestas hacia su padre. Los medios, por tanto, manejaron el curso de la candidatura de Evelyn como una aspirante sin individualidad, cuya reputación tanto negativa como positiva parecía heredada y no obtenida por cuenta propia.

El segundo caso fue el de Clara Luz Flores, candidata por Nuevo León. En esta ocasión, ella fue referida por ser la esposa de Abel Guerra, quien ha sido Presidente Municipal de General Escobedo y Diputado Federal por el PRI. Durante diversas columnas de opinión y noticias, se hizo hincapié en que la imagen de su esposo afectaría a su campaña:

Las encuestas le daban una ventaja de 26.5 por ciento [...], pero con la expectativa que la operación de Flores, organi-

zada por su esposo, Abel Guerra, un viejo cacique priista, la impulsara (Riva Palacio, 2021).

Clara Luz Flores, exalcaldesa priista de Escobedo, trabajó con un equipo encabezado por su esposo, Abel Guerra (Aguirre, 2021).

¿Qué tanto perderá por los escándalos de censura, sus nexos con la secta NXIVM y la participación de su esposo Abel Guerra como su orquestador de campaña? (Martínez, 2021).

En las tres columnas periodísticas se destaca no solo la participación de su esposo, sino también lo consideran el organizador, impulsor, líder y orquestador de la campaña de Clara Luz. Nuevamente, se parte de la idea de la pérdida de la individualidad de la candidata para presentarla como una figura cuya campaña dependerá de lo que decida su esposo. La evidencian como pasiva, sin decisiones propias y que necesita dirección de alguien más para orientar el rumbo de su campaña política.

Valcárcel (1997) había analizado que las mujeres políticas detentan el poder sin la completa investidura, esto es, que la sociedad y los medios de comunicación suponen que el puesto les viene delegado gracias a la intervención de un hombre. Esto despolitiza y minimiza el trabajo que ellas han realizado para abrir fronteras y derribar barreras que impedían su acceso a la esfera política para solo mostrarlas como figuras cuyo único logro es tener el apadrinamiento de un familiar directo.

Además de la cobertura a la apariencia física y de mostrarlas junto con sus familiares, Van der Pas y Aaldering (2020) también detectaron que la información noticiosa sobre mujeres políticas tiende a reiterar el género de las candidatas, en tanto aparece en varias ocasiones la palabra *mujer*.

Para analizar si esto ocurrió en la Jornada Electoral de 2021, se realizó un ejercicio que no intenta ser representativo estadísticamente, pero sí ofrecer un panorama a partir de una muestra por juicio. Primero, se buscaron en Google Noticias los nombres de las candidatas y candidatos que quedaron en primer y segundo lugar en los 15 estados donde hubo elección a la Gubernatura. Los criterios de búsqueda fueron que el nombre del aspirante debía aparecer en el título de la noticia, lo cual daba a entender que el foco principal estaba en dicho personaje político; además la noticia debió surgir durante los periodos de campañas, los cuales fueron diferentes para cada estado. Al realizar cada búsqueda se analizaron las 10 primeras noticias que arrojó el buscador y en cada una se detectó, en el caso de las mujeres, si estuvo presente la palabra *mujer* y *mujeres* y con qué frecuencia; mismo ejercicio en el caso de los hombres, pero esta vez con la palabra *hombre* u *hombres*.

Los resultados de esta actividad indicaron que 33% de las notas registradas contenían la palabra *mujer* en el caso de las candidatas; mientras que en los hombres hubo menos de la mitad de incidencia que de las mujeres (14%) donde se señaló su género.

Al respecto, se pueden debatir tres problemáticas al reiterar el género de las candidatas. Primero, el señalar que se tratan de mujeres puede interpretarse como que ellas están ahí por cuota de género y no tanto por sus credenciales o formación política. Si bien, las leyes creadas para la búsqueda de la paridad son necesarias y han permitido el acceso de las mujeres a estas candidaturas, esto no debería ser impedimento para señalar su trayectoria, más que replicar su género.

Segundo, las noticias suelen recalcar que son mujeres debido a la novedad que supone el tener a candidatas en estados que no han sido gobernados por ellas. Sin embargo,



esta acción subraya el hecho de que las mujeres no han pertenecido al ámbito político debido a que no es común verlas en esta situación. De esta manera, repetir su género en las noticias es repetir la idea de que ellas son otredad dentro del terreno político, lo que podría interpretarse como que será, por lo menos complicado, que ellas logren quedarse con el puesto al que aspiran.

Por último, el enfatizar el género de las candidatas las coloca en una posición en la cual se espera que ellas adecúen sus propuestas hacia una agenda feminista. Si bien este tipo de temas es óptimo que tenga relevancia en un país con una amplia brecha de género, no debería ser un tema exclusivo, obligado o limitado en las agendas de las candidatas, sino que a los candidatos también se les debería exigir que sus propuestas contengan temas para reducir la desigualdad entre géneros.

### **Cobertura de asuntos**

El último punto referido por la investigación de Van der Pas y Aaldering (2020) es que los medios de comunicación establecen una agenda de temas diferente entre hombres y mujeres. Se ha sostenido que los hombres políticos suelen aparecer en los medios a través de asuntos como seguridad, política exterior y economía, que se aprenden en la esfera pública y los cuales tienen mayor injerencia para el sostenimiento de la soberanía; mientras que las mujeres son encuadradas en temas vinculados con la educación, salud, familia, transporte y medio ambiente, que son importantes para la vida en sociedad, pero no son tomados en cuenta por los ciudadanos para decidir el sentido de su voto (Humprecht y Esser, 2017).

A las mujeres se les ha asignado este tipo de temáticas debido a que se piensa que ellas son más honestas y sensibles al sufrimiento de la sociedad, por lo que son capaces de atender este tipo de temas. Este hecho tiene arraigada la idea cultural de que las mujeres son seres para otros, es decir, que abandonan su individualidad para enfocarse en el bienestar colectivo.

También se ha encontrado que, mientras los hombres pueden ir y venir entre esta diversidad de temas, las mujeres, por el contrario, permanecen limitadas a estas cuestiones a las que Fernández Poncela (2008) denomina como *carteras de segunda categoría*. Los siguientes titulares son ejemplos de cómo se han presentado este tipo de asuntos en las noticias durante la elección federal de 2021 a través de temas de educación, seguridad social, medio ambiente e infancia:

Tlaxcala será un ejemplo en educación, afirma Lorena Cuéllar (Morales, 2021).

Seguro popular universal para garantizar la atención médica, propone Claudia Anaya en Zacatecas (*Newsweek México*, 2021).

Elizabeth Wayas promoverá energía solar en comunidades rurales (Lizárraga, 2021).

Se compromete Carolina Garza mejorar calidad de vida de los niños (ABC, 2021).

La implicación de la agenda mediática es que los temas más repetidos son justamente los asuntos que presentan mayor oportunidad de ser atendidos por las audiencias (Ar-

dèvol-Abreu, Gil de Zúñiga y McCombs, 2020). Por consiguiente, si los medios no enfocan a las candidatas en temas de seguridad o economía, los ciudadanos lectores podrían plantearse que estas no tienen una posición o ruta a seguir sobre estos tópicos de interés.

### **Conclusiones**

En términos generales, este trabajo presentó que los medios no tienden a referirse a las propuestas políticas de las candidatas, sino que desvían su atención hacia otros asuntos de menor importancia y peso para la deliberación del voto por parte de los ciudadanos.

En los ejemplos fue posible revisar que existió una cobertura hacia la esfera íntima de las mujeres que participaron en la elección de 2021, en tanto se encuadró su apariencia, imagen, forma de vestir, edad entre otros detalles sobre sus cuerpos. Estos elementos se pueden considerar como sexistas, debido a que no se suele difundir este tipo de datos para el caso de los hombres. En ese sentido, los medios llaman a poner el foco de atención sobre las corporalidades de las mujeres, más que en su agenda política.

Se hace necesario continuar recalcando este tipo de situaciones porque pueden ser utilizadas como atajos cognitivos por los ciudadanos (García Beaudoux, D'Adamo, Berrocal Gonzalo y Gavensky, 2020), es decir, que debido a que la cobertura de las mujeres se produce a partir de su apariencia, contexto familiar o el ser mujer, estos datos pudieran ser suficientes para que el ciudadano decida otorgar o no su voto a la candidata. Por tanto, además de revelarse un comportamiento sexista por parte de los medios, también se atenta contra deliberación informada y con herramientas suficientes para ejercer el voto.

**Tabla 1. Indicadores de sexismo en la cobertura periodística**

TIPO DE COBERTURA	ELEMENTO EN REPARAR	INDICADORES DE SEXISMO
Cobertura de competencia	<i>Citas textuales</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>No se presentan las declaraciones de las candidatas.</li> <li>Se parafrasean las posturas e ideas de las aspirantes.</li> </ul>
	<i>Inviabilidad de la campaña</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se presentan sondeos que enfatizan la baja popularidad de la candidata.</li> <li>Se evalúa como inadecuado el proceder de la candidata en la organización de su campaña.</li> <li>Se evidencia que los partidarios de la candidata la han abandonado.</li> <li>Se sugiere como alternativa que la candidata decline a favor de otro candidato.</li> </ul>
Cobertura de esfera íntima	<i>Apariencia e imagen</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se enfatiza la vestimenta de la candidata.</li> <li>Se usan adjetivos para valorar la edad de la aspirante.</li> <li>Se caracterizan partes de su cuerpo: peinado, color de piel o complejión.</li> <li>Se menciona su diversidad funcional.</li> </ul>
	<i>Contexto familiar</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se hace referencia por ser la hija de, la mamá de, la esposa de, etcétera.</li> <li>Se explica si tiene hijos, cuántos y si la apoyan.</li> </ul>
	<i>Reiteración del género</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se menciona en diversas ocasiones la palabra <i>mujer</i> o <i>mujeres</i>.</li> </ul>
Cobertura de asunto	<i>Agenda de temas</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se vincula exclusivamente a temas de educación, cultura, salud, medio ambiente y temas afines al <i>ser para otros</i>, en detrimento de seguridad, corrupción, política exterior o economía.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia con base en las categorías de Van der Pas y Aaldering (2020).

Es importante que varias de estas conductas por parte de los medios se solucionen a partir de talleres o capacitación hacia los periodistas y trabajadores de la comunicación, para que sean ellos mismos quienes autoevalúen la pertinencia

de este tipo de coberturas e identifiquen si están presentando información sesgada de acuerdo con el género (Tabla 1).

También es relevante que diversas instituciones encargadas de las elecciones estén atentas sobre el actuar de los medios, ya que varias de estas modalidades de representación periodística demeritan los logros de las candidatas, lo que se puede ser categorizado como violencia política por razón de género. Hasta ahora, las mujeres que han alzado la voz sobre estas cuestiones son desprestigiadas y tildadas de no tener una «piel gruesa» para aceptar el escrutinio público, además de ser juzgadas por presuntamente limitar la libertad de expresión.

Es importante dejar en claro que tanto la investigación académica sobre este asunto, como las demandas de diversas candidatas, así como el presente ensayo no buscan atentar contra la libertad de expresión. Más bien se intenta impulsar la deconstrucción de los actores que intervienen y replican el patriarcado de forma inconsciente. Todos los integrantes de la sociedad somos propensos de replicar este tipo de conductas sexistas, por lo que mostrar evidencia de estas situaciones no debe ser entendido como un intento por limitar las opiniones, sino como una oportunidad de replantearnos cómo dejar de replicar este tipo de conductas que dejan en desventaja a una parte de la población que también busca integrarse al ámbito político.

## REFERENCIAS

- Álvarez-Monsiváis, Edrei (2019). «Tratamiento informativo de candidatas presidenciales: una propuesta desde el framing», *Correspondencias and Análisis*, no. 10, pp. 1-35. Recuperado de <https://doi.org/10.24265/cian.2019.n10.07>
- Ardèvol-Abreu, Alberto, Gil de Zúñiga, Homero y McCombs, Maxwell E. (2020). «Orígenes y desarrollo de la teoría de la agenda setting en comunicación. Tendencias en España (2014-2019)», *Profesional de la Información*, vol. 29, no. 4, pp. 1-23. Recuperado de <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.14>
- Bartra, Eli (2000). «Tres décadas de neofeminismo en México». En Bartra, Eli, Fernández Poncela, Anna M. y Lau, Ana (eds.). *Feminismo en México, ayer y hoy* (pp. 37-56). México, D. F.: Universidad Autónoma Metropolitana.
- De Fontcuberta, Mar (1990). «El discurso de la prensa del corazón», *Anàlisi*, vol. 13, no. 1, pp. 53-72. Recuperado de <https://bit.ly/2uYHK3t>
- De la Paz López, María (2007). «Las mujeres en el umbral del siglo XX». En Lamas, Marta (ed.). *Miradas feministas sobre las mexicanas del Siglo XX* (pp. 79-112). México, D. F.: Fondo de Cultura Económica y Conaculta.
- Diario Oficial de la Federación*. (2019). Decreto por que se reforman los artículos 2, 4, 35, 41, 52, 53, 56, 94 y 115; de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de Paridad entre Géneros. Secretaría de Gobernación. México. Recuperado de <https://dof.gob.mx/>

- nota\_detalle.php?codigo=5562178&fecha=06/06/2019
- Durán, María Ángeles (2018). *La riqueza invisible del cuidado*. Valencia: Universitat de València.
- Fernández García, Nuria y Tous Rovirosa, Anna (2012). «La representación de las mujeres políticas en los medios». En Larrondo Ureta, Ainara y Meso Ayerdi, Koldo (eds.), *Mujer y medios de comunicación* (pp. 23-44). S. l.: Universidad del País Vasco.
- Fernández Poncela, Anna M. (2008). «Las mujeres en la política latinoamericana. Nuevos liderazgos, viejos obstáculos», *Nueva Sociedad*, no. 218, pp. 57-71. Recuperado de <https://bit.ly/3xOxkhy>
- García Beaudoux, Virginia, D'Adamo, Orlando y Gavensky, Marina (2018). «Una tipología de los sesgos y estereotipos de género en la cobertura periodística de las mujeres candidatas», *Revista Mexicana de Opinión Pública*, vol. 13, no. 24, pp. 113-129. Recuperado de <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2018.24.61614>
- García Beaudoux, Virginia, D'Adamo, Orlando, Berrocal Gonzalo, Salomé y Gavensky, Marina (2020). «Estereotipos y sesgos en el tratamiento de candidatas y candidatos en programas televisivos en las elecciones legislativas de Argentina en 2017», *Revista Latina de Comunicación Social*, no. 77, pp. 275-293. Recuperado de <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1458>
- Gerbner, George y Gross, Larry (1976). «Living with television: the violence profile», *Journal of Communication*, vol. 26 no. 2, pp. 172-194. Recuperado de <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1976.tb01397.x>
- Habermas, Jürgen (1989). *The structural transformation of the public sphere*. Cambridge, MA.: MIT Press.
- Haraldsson, Amanda y Wängnerud, Lena (2019). «The effect of media sexism on women's political ambition:

- evidence from a worldwide study», *Feminist Media Studies*, vol. 19, no. 4, pp. 525-541. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1468797>
- Humprecht, Edda y Esser, Frank (2017). «A glass ceiling in the online age? Explaining the underrepresentation of women in online political news», *European Journal of Communication*, vol. 32, no. 5, pp. 439-456. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/0267323117720343>
- Laso Ortiz, Esteban (2017). «Poder, agencia y comunión: obstáculos en la transformación de la masculinidad». En Castañeda Rentería, Liliana Ibeth y Alvizo Carranza, Cristina (coords.). *Géneros, permanencias y transformaciones. Feminidades y masculinidades en el Occidente de México* (pp. 187-246). Guadalajara, Jalisco: Universidad de Guadalajara.
- Olivera, Grissel, Rojas, Azucena y Cruz, Yunuel (2021). *Proceso electoral 2021*. Tecnológico de Monterrey. Recuperado de <https://www.mexicovid19.app/elecciones>
- Reingold, Beth, Widner, Kirsten y Harmon, Rachel (2019). «Legislating at the intersections: race, gender, and representation», *Political Research Quarterly*, vol. 73, no. 4, pp. 819-833. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/0267323119858405>
- Ríos Sierra, Jerónimo (2017). «Liderazgo político y patriarado mediático: las imágenes políticas de Cristina Fernández y Dilma Rousseff», *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, vol. 16, no. 1, pp. 65-86. Recuperado de <https://doi.org/10.15304/rips.16.1.3461>
- Towner, Terri y Clawson, Rosalee (2016). «A wise Latina or a baffled rookie? Media coverage of justice Sonia Sotomayor's ascent to the bench», *Journal of Women, Politics and Policy*, vol. 37, no. 3, pp. 316-340. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/1554477X.2016.1188600>



Valcárcel, Amelia (1997). *La política de las mujeres*. Madrid: Cátedra.

--- (2008). *Feminismo en el mundo global*. Madrid: Cátedra.

Van der Pas, Daphne y Aaldering, Loes (2020). «Gender differences in political media coverage: a meta-analysis», *Journal of Communication*, vol. 7, no. 1, pp. 114-143. Recuperado de <https://doi.org/10.1093/joc/jqz046>

### Notas periodísticas analizadas

ABC. (2021). «Se compromete Carolina Garza mejorar calidad de vida de los niños», *ABC*.

Aguirre, Alberto (2021). «La caída de Clara Luz», *El Economista*. Recuperado de <https://bit.ly/3sdp6OH>

Barragán, Almudena (2021a). «Evelyn Salgado, hija de Salgado Macedonio, candidata de Morena a la gubernatura de Guerrero», *El País*. Recuperado de <https://bit.ly/3lW86ex>

--- (2021b). «La campaña de Evelyn Salgado se enfrenta a la sombra de las denuncias de violación contra su padre», *El País*. Recuperado de <https://bit.ly/37CHaZ8>

Chávez, Víctor (2021). «La jueza cercana a AMLO que va por su tercer intento en Querétaro», *El Financiero*. Recuperado de <https://bit.ly/37Cmmks>

*Código Informativo*. (2021). «#TablaPeriódica: Abigail Arredondo Ramos», *Código Informativo*. Recuperado de <https://bit.ly/3m4f6WK>

*Diario Rotativo*. (2021). «En 2021 habrá cinco mujeres gobernadoras, según encuesta de México Elige», *Diario Rotativo*. Recuperado de <https://bit.ly/3AsjEue>

*El Financiero*. (2021). «Layda Sansores se desploma en Campeche; baja a tercer lugar en preferencias ciudadanas», *El*

- Financiero*. Recuperado de <https://bit.ly/3AAVqOy>
- El Sol de San Luis*. (2021). «Ante inminente declinación de Mónica Rangel por Octavio Pedroza, “El Pollo” pide a morenistas voto útil», *El Sol de San Luis*. Recuperado de <https://bit.ly/3fWhoDG>
- El Universal*. (2021a). «Marina del Pilar suma a Fuerza por México en su campaña en BC», *El Universal*. Recuperado de <https://bit.ly/3yI2GaD>
- (2021b). «PAN se suma al PRI contra Evelyn Salgado, hija de Félix Salgado Macedonia, en Guerrero», *El Universal*», Recuperado de <https://bit.ly/3xFcy3J>
- Eme Equis*. (2021). «Las tardías disculpas de Clara Luz Flores por NXIVM: anda volando bajo», *Eme Equis*. Recuperado de <https://bit.ly/3CJXpBK>
- Estación Pacífico*. (2021). «#ColimaDecide: Indira, lo que aprendió de su padre y lo que le enseña a su hija e hijo», *Estación Pacífico*. Recuperado de <https://bit.ly/3s7jl56>
- Lizárraga, Karina (2021). «Elizabeth Wayas promoverá energía solar en comunidades rurales», *El Sudcaliforniano*. Recuperado de <https://bit.ly/3CRZR9J>
- Macalpin, Gustavo (2021). «Voto útil... ¿Lupita Jones o Jorge Hank Rhon?», *El Imparcial*. Recuperado de <https://bit.ly/3lX5Cgc>
- Martínez, Verónica (2021). «¿Qué tanto afectará a Morena el pasado polémico de Clara Luz Flores en Nuevo León?», *Cuestione*. Recuperado de <https://bit.ly/3sjlnwv>
- Morales, Moisés (2021). «Tlaxcala será un ejemplo en educación, afirma Lorena Cuéllar», *El Sol de Tlaxcala*. Recuperado de <https://bit.ly/37JfEJf>
- Net Noticias*. (2021). «Comparan a Layda Sansores de Morena con Lyn May», *Net Noticias*. Recuperado de <https://bit.ly/3serNPV>
- Newsweek México*. (2021). «Seguro popular universal para garantizar la atención médica propone Claudia Anaya

en Zacatecas» *Newsweek México*. Recuperado de <https://bit.ly/3ADpida>

*Noticias ONU*. (2021). «Solo 22 mujeres en todo el mundo son jefes de Estado o presidentas de un Gobierno», *Noticias ONU*. Recuperado de <https://bit.ly/3jOvwjB>

Riva Palacio, Raymundo (2021). «Los pecados de Clara Luz», *El Financiero*. Recuperado de <https://bit.ly/3yKkbal>

Tapia, Patricia (24 de mayo de 2021). «La candidatura de Evelyn Salgado no prende. Ya vienen refuerzos... para el PRI», *Eme Equis*. Recuperado de <https://bit.ly/3xFaCrZ>

COMISIÓN  
ESTATAL  
ELECTORAL  
NUEVO LEÓN



ISBN: 978-607-7895-60-2



9 786077 895602

5 de Mayo 975 Ote.,  
Centro, Monterrey, N. L., México  
81 1233 1515 y 800 CEENLMX (233 6569)  
[www.ceenl.mx](http://www.ceenl.mx)

 /ceenl.mx