# PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LOS SPOTS DE TV DE PARTIDOS, COALICIONES E INDEPENDIENTES EN EL PROCESO ELECTORAL FEDERAL 2017-2018

**862**
spots pautados en TV

**65** en precampaña | **23** en intercampaña | **774** en campaña

## CANDIDATURAS REGISTRADAS

**49.9%**
1748 CANDIDATAS

**50.1%**
1752 CANDIDATOS

### Clasificación de spots por imagen

Presenta estereotipos femeninos y/o masculinos.
Presenta alguna forma de violencia de género.

### Clasificación de spots por lenguaje

Género de quien habla.
Géneros a quién(es) se dirige.
Uso de lenguaje incluyante o neutro.
Uso de lenguaje sexista.

## EN CAMPAÑA: 774 spots en TV

**¿De quién es el spot?**

| 55% | 23% | 14% | 8% |
|---|---|---|---|
| Candidatos | Candidatas | Genércos | Ambos |

### ESTEREOTIPOS

| FEMENINOS | MASCULINOS |
|---|---|
| Ama de casa | Proveedor |
| Objeto sexual | Fuerte |
| Débil | Racional |
| Emocional | Superior |
| Inferior | Dominador |
| Dominada | |
| Víctima | |

**47** spots con estereotipos

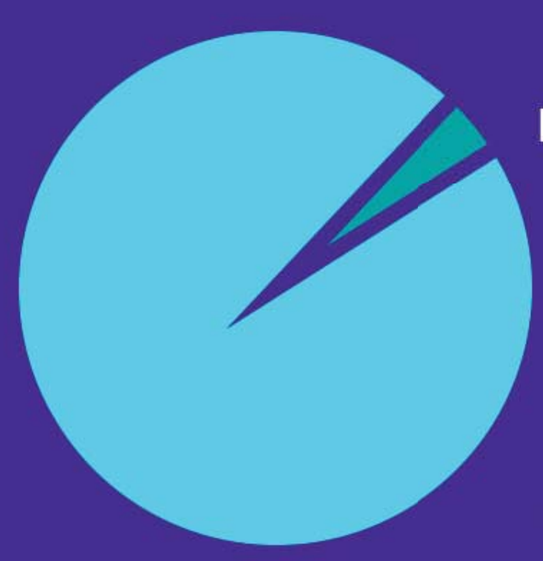
♀ **24** femeninos

♂ **8** masculinos

**15** de ámbos géneros

### Género de la persona enunciante del mensaje

### Género de la persona a quien se dirige el mensaje




*La importancia de esta medición radica en que quien o quienes enuncian el mensaje pueden tener la carga de autoridad para invitar o convencer para participar.

**NO** se identificó lenguaje sexista

**44%** utiliza lenguaje incluyente o neutro

CENTRAL ELECTORAL | INE Instituto Nacional Electoral | PORQUE MI PAÍS ME IMPORTA