



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES

ARAGÓN

**LA MUJER MEXICANA COMO LÍDER DE
OPINIÓN EN MEDIOS MASIVOS DE
COMUNICACIÓN**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO**

PRESENTA:

Samantha Alducin Saldierna

ASESOR: Mtro. Juan Arellano Alonso



Ciudad Nezahualcóyotl, Estado de México, 2020



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*A mi madre, Rocío, la mujer que más admiro en este mundo, mi maestra de vida, mi ejemplo a seguir y mi mejor amiga.
Gracias por mi educación y por todo lo que tuviste que ceder para llegar juntas a este momento. El amor, respeto y confianza que me brindas, siempre será mutuo.
¡Lo logramos!*

Agradecimientos

A la Universidad Nacional Autónoma de México, que me regaló los mejores 7 años de mi vida desde el CCH Vallejo hasta la FES Aragón; y abrió en mi un panorama distinto de la vida. Por siempre, orgullosamente UNAM.

A la Facultad de Estudios Superiores Aragón, que me entregó herramientas desde mi primer día para realizar mis sueños y me brindó grandes oportunidades.

A mis profesores, que con su entrega y respeto por su profesión me indicaron el camino a seguir con ese mismo entusiasmo y pasión.

A mi asesor de tesis, Juan Arellano Alonso quien siempre estuvo dispuesto a apoyarme, debatir, enseñarme y a cuestionarme, desde mis clases hasta el término de mi tesis, muchas gracias.

A mi núcleo y fortaleza, Adelina “mi yeya”, Eloísa y Manuel, por siempre alentarme a ser mejor, darme su amor, ser mi ejemplo y crecer conmigo. Los amo.

ÍNDICE

Introducción	1
Capítulo I La historia de la mujer mexicana	3
1.1 La mujer antes del siglo XIX.....	3
1.2 La mujer durante el siglo XIX.....	11
1.3 La mujer del siglo XX.....	18
1.4 La mujer del siglo XXI (2000-2018).....	26
Capítulo II La mujer mexicana en los medios masivos de información	39
2.1 Prensa escrita, el manifiesto de ellas.....	39
2.2 La radio, escuchar su voz.....	53
2.3 La televisión, vistas y escuchadas.....	59
2.4 El internet, el canal del periodismo del siglo XXI.....	65
Capítulo III El flujo de la comunicación en dos pasos	71
3.1 Líderes Mexicanos, “los 300 más influyentes”, 2019.....	81
3.1.1 Las líderes de opinión de 2019.....	85
Capítulo IV Análisis, la mujer como líder de opinión	92
4.1 Resultados obtenidos, análisis e interpretación.....	93
Conclusiones	113
Anexos	118
Referencias	128

INTRODUCCIÓN

La mujer mexicana como líder de opinión en medios masivos de comunicación es una tesis que se sustenta en el enfoque cuantitativo, con base en el análisis del debate generado entre estudiantes mexicanos de comunicación y periodismo, sobre las líderes de opinión nombradas por la revista *Líderes mexicanos*, en su edición *Los 300 líderes más influyentes de México, 2019*.

La importancia de esta investigación es establecer si en México existe un verdadero liderazgo de opinión representado por mujeres, para eso se buscó dar respuesta a la hipótesis sobre si, a las identificadas por la revista como líderes de opinión, se les otorga ese título solo por su presencia en el ámbito público (principalmente en medios de difusión masiva), y por esto, los estudiantes mexicanos de comunicación y periodismo, no las reconocen como tal.

La estructura del trabajo está dividida en 4 capítulos. El primero, *La historia de la mujer mexicana*, presenta el contexto histórico de diversas épocas en México, vistas desde el papel que lleva a cabo la mujer en la sociedad. Se retoman y narran momentos importantes como las diversas luchas en las que exigen ser tratadas en igualdad y equidad de derechos, y oportunidades en el país.

El segundo capítulo, *La mujer mexicana en los medios masivos de información*, también refiere a la historia de la mujer pero vista desde el crecimiento y formación conjunta con los medios de comunicación mexicanos. Esta parte de la investigación sirvió para ubicar a muchas de ellas y su trabajo ejercido a la hora de buscar libertad de expresión desde que nació la prensa escrita, hasta ahora en la era de internet.

El tercer capítulo, *El flujo de la comunicación en dos pasos*, está dividida en dos partes: en la primera, se retoma la *teoría del doble flujo de comunicación* como referencia metodológica, planteada por Paul Félix Lazarsfeld y Elihu Katz, en esta, se leen por primera vez las características de lo que es un líder de opinión y su función como canal entre los medios de comunicación y las grandes masas; en la

segunda parte, se analiza la revista *Líderes Mexicanos* y se observa la descripción de las trayectorias profesionales de: Martha Debayle, Fernanda Familiar, Denise Maerker, Adela Micha y Gabriela Warkentin, mujeres nombradas como líderes de opinión según la lista de *los 300 líderes más influyentes de México, 2019*, publicada año con año por la revista analizada.

El cuarto capítulo, *Análisis, la mujer como líder de opinión*, da cierre con una investigación de campo que consistió en aplicar un cuestionario a 360 estudiantes mexicanos de las carreras de: *Ciencias de la Comunicación*, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM; *Comunicación*, en la Facultad de Estudios Superiores Acatlán, UNAM; *Comunicación y Periodismo*, de la Facultad de Estudios Superiores Aragón, UNAM; y *Periodismo*, de la Escuela de periodismo Carlos Septién García. Se eligió esta población porque durante sus estudios de licenciatura analizan la teoría de los dos pasos, este previo conocimiento contribuyó con un mejor debate y análisis para la investigación.

Este trabajo aporta una visión diferente de la historia de México pues es vista desde la mirada de la mujer. Recopila diversos nombres de figuras públicas que los estudiantes de la actualidad reconocen como líderes de opinión, además de los temas que les interesan escuchar y debatir. Finalmente, se busca que la tesis sirva de base para futuras investigaciones.

CAPÍTULO I LA HISTORIA DE LA MUJER MEXICANA

Explicar la historia de la mujer remontará a estudiosas feministas e interpretarla, va a radicar en cómo la cuentan ellas y los muchos planteamientos que llegaban a tener. Ellas tienen un papel importante en diferentes contextos como lo son en la cultura, educación, política, etc., y se debe saber su pasado para entender su presente.

Ser hombre o ser mujer siempre vendrá acompañado de una carga social respecto a los roles que pueden y desempeñan cada uno. La mujer, siempre ha querido igualarse a lo que representa un hombre en su círculo social pero esto con una obsesión a su feminidad. Sin importar la inclusión que se le haga a círculos en donde solo participan hombres, ellas quieren y deben ser reconocidas por ser mujeres. “Desde luego, la mujer es, como el hombre, un ser humano” (Beauvoir, 1949, p.3).

“Al hombre corresponde hacer triunfar el reino de la libertad en el seno del mundo establecido; para alcanzar esa suprema victoria es necesario, entre otras cosas, que, por encima de sus diferencias naturales, hombres y mujeres afirmen sin equívocos su fraternidad” (Beauvoir, 1949, p.356).

A continuación, se muestra la historia de ellas en México, por etapas y de forma muy general pues no se buscó un recuento exhaustivo pero sí ubicar algunas de sus necesidades, pensamientos y luchas a las que se enfrentaron cada una de ellas en su época para reconocer su evolución.

1.1 La mujer antes del siglo XIX

Los roles que ha tenido la mujer en la sociedad, surgieron desde una organización patriarcal, clasista y autoritaria. “Patriarcal porque el hombre de la familia tiene a su alcance el acceso a los recursos; clasista, puesto que con la aparición del mercado y de la riqueza, surgieron diferentes niveles sociales; y autoritaria debido a que el

hombre era quien tenía el poder en la familia y sus integrantes dependían de él” (Rojas y Sotelo, 2003, párr. 7).

Las primeras imágenes de la mujer realizando diversos trabajos son vistas en las culturas *maya* y *mexica*, donde se le ve haciendo la preparación de alimentos, crianza de hijos y producción de textiles.

En la producción e incluso en la distribución de textiles, las mujeres eran en gran medida independientes y poseían bastante autonomía en el sentido de que las mujeres de la élite controlaban sus propios recursos dentro de sus unidades domésticas respectivas, usándolos posiblemente para promover alianzas o incluso para venderlas en el mercado. Las mujeres en la sociedad maya no solamente destacaron como ejes del hogar, en donde se encontraban dedicadas a la preparación de alimentos y otra serie de actividades productivas, sino que además hubo quienes ocuparon destacados cargos políticos y tuvieron una participación activa en el control y la transferencia hereditaria del poder político. (Rodríguez, 2007, p.43)

Otras referencias para reconocer el papel que desempeñó la mujer en la época prehispánica en México, está en el arte con vasijas o figurillas, donde además de que se acentuaban sus características sexuales como símbolo de fertilidad, representaba las actividades anteriormente descritas.

La representación mítica o religiosa de la mujer como diosas o algo divino en distintas culturas también está presente y es un punto a considerar. Por ejemplo, en la cultura *Olmeca*, simbolizan su nacimiento con la unión de una mujer y un jaguar; o en la *Mexica*, que tienen diosas importantes como: *Xochiquetzal* (diosa de la belleza o el amor), *Coatlicue* (representando la fertilidad), *Chalchiuhtlicue* (diosa de lagos y corrientes de agua), *Chicomecóatl* o *Xilonen* “la peluda” (principal patrona de la vegetación y del maíz), *Teteoinan* (diosa de la Tierra), *Coyolxauhqui* (la diosa de la luna), etcétera.

En el papel que desempeñó la mujer prehispánica en el ámbito político, se observó como ejemplo el de la cultura maya donde: “[de] una lista de 152

gobernantes mayas, solo 4 [fueron] mujeres, [esto] se debió a que estaban emparentadas con hombres muy influyentes [y] esto demuestra que ellas ascendieron al trono o actuaron como regentes debido al poder que detentaba su grupo político, no por su género” (Rodríguez, 2007, p.58).

En la cultura maya, se mencionaban a muchas mujeres con un poder simbólico en la política y aparecían representadas de diversas formas:

Son mujeres que nunca llegaron a ser gobernantes pero por formar parte de estas casas fueron reconocidas, respetadas y algunas de ellas veneradas. Sus nombres fueron utilizados en ciertos casos para legitimar gobiernos. Formando parte de este grupo, podemos mencionar, a la esposa de YaxKuk Mo, fundador de Copán; la Señora Batz Ek (siglo VI), reina-madre de Caracol, Belice; la Señora Viento Cráneo de Calakmul y esposa de Escudo Jaguar, rector de Yaxchilán. Respecto a este sitio, la abundante iconografía del lugar ilustra ampliamente la importancia de varias mujeres en la vida política. (Benavides, 1998, como se citó por Rodríguez, 2003, p.222)

La mujer antes de la conquista (excluyendo la imagen mística-religiosa que se le daba en algunas sociedades), no ejerció un papel fuerte en el ámbito político ni religioso, no tuvo acceso a ciencias o ramas de estudio como los hombres, y pocas fueron reconocidas.

“La historia de la mujer prehispánica aún no está determinada. Es tan basta y tan llena de opiniones basadas en diferentes métodos teóricos (enfoques), que sería difícil, pero no imposible, lograr reunir la información de toda la vida que se llevaba en aquel entonces” (Rodríguez, 2007, p.50).

Cuando comenzó la etapa de la conquista de México (1521), los españoles sometieron a gran parte de los pueblos mesoamericanos y después instauraron el Virreinato de la Nueva España, nombre que le dan los conquistadores al territorio que, anterior a ellos, fue dominado por las culturas mesoamericanas.

La historiografía sobre la conquista y la colonia ha mostrado cómo el sistema genérico indígena se modifica con la llegada de los españoles y la imposición de su sistema social, político y económico [...] uno de los efectos más dramáticos y evidentes de la conquista en México: la brutal crisis demográfica por enfermedades antes desconocidas en esas tierras, la guerra, el hambre y la explotación. (Melgar, 2008, p.17)

La población colonial se formó a partir de tres razas: los españoles, los indígenas y los negros. La mezcla de ellos, dio paso a una gran cantidad de castas y abrió un abanico cultural y racial amplio, es por eso que definir cómo era la mujer de ese entonces es difícil por la variedad que había.

La mujer de esa época, jugó el papel de sostener los valores en su familia, ya que ella era transmisora de creencias y costumbres. En general, los rasgos en los que más se parecían entre ellas era definición a lo que sucedía en ese momento:

La primera [razón] fue, que tanto españolas como indígenas (grupo que en conjunto era el más numeroso), provenían de culturas en las que el respeto, la sumisión y la obediencia eran valores fomentados y procurados. La segunda que, como resultado de la época, la relación del hombre con la mujer (ya fuera este su esposo, su padre, su hijo o cualquier protector), era la que generalmente apoyaba su lugar en la sociedad. Debido a esta dependencia, poco podían hacer fuera del hogar. La tercera y tal vez más importante razón [...] se refiere a que los españoles impusieron su ideología. Esto se tradujo en la adopción de lo que se convirtió en el patrón cultural virreinal: la religión católica. (Once del Virreinato: 500 años de presencia de México en el mundo, 1993, p. 145)

El otro lado de la moneda se observaba con las *Ahuianime*, mujeres rechazadas porque se dedicaban a uno de los primeros oficios que tuvieron las mujeres en la época de la conquista, la prostitución, quienes eran requeridas en diversas festividades.

Un porcentaje [las] relacionaba con el juego, la alegría, la vida desenfadada, la recreación, pero también había términos que las calificaban como inhumanas, malvadas, vendedoras de su cuerpo, pervertidas, vagas. Indudablemente ellas iban en contra del papel esperado para una mujer, no correspondía su actividad con la moderación y la sobriedad características del discurso moral. (López, 2011, p. 419)

Una de las mujeres reconocidas de la época de la conquista fue “La Malinche”, “Malintzin”, “Malinalli”, “Doña Marina” o *la lengua de Cortés* (1500). ^{Ver Anexo1} Su primer encuentro con Hernán Cortés fue en marzo de 1519 en la costa de Tabasco, meses después Cortés reconoció su habilidad lingüística (hablaba *Náhuatl* y *Maya*), que permitió la comunicación entre los conquistadores y los conquistados.

Entregaron a Malinalli a unos mercaderes. Éstos la vendieron como esclava en el mercado de Xicalanco a otros comerciantes mayas, quienes, a su vez, terminaron por venderla al señor de Potonchán. Fue éste quien finalmente la entregaría a Hernán Cortés, en marzo de 1519, con otras diecinueve doncellas. [...] La entrega de estas jóvenes hay que entenderla dentro de las costumbres de los aztecas. Éstos solían viajar acompañados por mujeres que les cocinaran, y al ver que los españoles carecían de ellas decidieron ofrecerles algunas jóvenes destinadas también al servicio doméstico, aunque era fácil que se convirtieran asimismo en concubinas. Antes de aceptarlas, Cortés ordenó que fueran bautizadas, menos por razones religiosas que para cumplir la ley castellana que permitía mantener relaciones de concubinato únicamente entre personas cristianas y solteras. (Malinche, la indígena que abrió México, 2016, párr. 4)

A lo largo del tiempo, su papel ha sido odiado porque además de que se menciona que ella fue la *ahuanime* de Hernán Cortés, a muchos les ofende la traición de trabajar con el enemigo e incluso, en la actualidad, es común escuchar el término *malinchismo*, que significa: amar perversamente todo lo que viene de fuera y

desprecio por la cultura mexicana. Lo cierto es que, sin ella, la conquista hubiese sido más cruel y más lenta.

El sometimiento que existió por parte de los españoles a los pueblos mesoamericanos, se da de distintas formas, una de las más impactantes es la destrucción de las creencias religiosas de estos pueblos mesoamericanos con la mezcla que hacen los españoles de su religión y elementos cristianos.

Tonantzin, *Nuestra Madre* (nombre con que los nahuas llamaban a la madre de los Dioses), fue una de las representaciones mágicas y religiosas femeninas que tenían como deidad desde antes de la conquista. Los españoles, la utilizaron y moldearon para establecer la religión cristiana como la única y dominante para la evangelización de los nativos.

En 1531 se consigna la aparición de la Virgen a un pobre indio mexicano de nombre Juan Diego; ella será bautizada como Guadalupe, símbolo de la maternidad virgen y morena, que cobija a los aborígenes mientras destruye a sus pies el mal, en forma de serpiente de acuerdo con la simbología occidental. Guadalupe sintetiza una serie de atributos que demostrarán ser de gran eficacia. (Tuñón, 2016, p.51)

Actualmente, Tonantzin Guadalupe, es una de las imágenes que da identidad a muchos de los mexicanos y que ha sido utilizada incluso como estandarte en batallas importantes, por ejemplo, en la independencia de México.

Se cree que mucha de esta información que se tiene estudiada es desde la visión de los españoles, con crónicas sobre lo que ocurría mientras Hernán Cortés conquistaba en nombre de la Corona Española, que en ese momento la gobernaba el Rey Carlos V; lo cierto es que hay pasajes de esa época desde la perspectiva de los indígenas conquistados como: testimonios, crónicas, cantares, pinturas, etc.; su idea y lucha por preservar y conservar sus recuerdos era valiosa.

En la época colonial los cantares probablemente fueron transmitidos por la palabra de algunas mujeres y hombres de conocimiento a indígenas colonizados que posteriormente los escribirían alfabéticamente. La mayor parte de los textos están cortados y dan la sensación de estar incompletos. Probablemente existirían ideas que, ante el pensamiento evangelizador de los europeos, no serían bien vistas para ser consideradas en un documento que sería reelaborado y utilizados como parte de la colonización. (Eusebio, 2010, p.108)

El Virreinato de la Nueva España (1535), estableció su capital en la Ciudad de México (que en ese momento era la antigua Tenochtitlán), y su primer Virrey fue Antonio de Mendoza y Pacheco. Desde entonces, sus principales actividades económicas fueron la agricultura, la minería, el comercio, y la ganadería.

Los primeros colegios fundados por los españoles fueron: *El Colegio de Santa Cruz de Tlatelolco en 1536*, y años después, en 1547, la creación de *La Real y Pontificia Universidad de México*, en donde criollos y europeos recibieron clases según las variantes de los cursos. Es hasta 1573, cuando comienzan con la apertura de más universidades.

Al término del siglo XVII, las mujeres aún no podían acceder a este tipo de universidades, y quienes quisieran estudiar podían ser encontradas en los claustros, un ejemplo es: Juana Inés de Asbaje y Ramírez de Santillana o Sor Juana Inés de la Cruz (San Miguel Nepantla, 1648 aprox.), quien es reconocida por su obra tan basta que incluye: poesía, cartas, críticas, comedias, sonetos, etcétera; convirtiéndose en una de las primeras mujeres que luchaban por la educación para la mujer.

Sor Juana luchó durante años en favor del desarrollo de la educación femenina. Su constante presión sobre las autoridades civiles contribuyó a la fundación del Colegio San Ignacio de Loyola, conocido como “de las Vizcaínas” donde se tomarían a las jóvenes estudiantes con nuevos criterios pedagógicos y filosóficos desde 1767. Sor Juana había muerto en 1695 pero su obra sin duda

influyó en los juicios ilustrados sobre la educación femenina. No obstante el rechazo generalizado para introducir mujeres en recintos de enseñanza obligó al establecimiento a subsistir dádivas generosas de reducidos círculos sociales. La única escuela femenina de la Nueva España tuvo que padecer durante décadas la constante oposición de civiles y religiosas a sus actividades docentes. La alta cultura académica anhelada por la poetisa para fomentar las virtudes cristinas entre las alumnas, transformaron sus exigencias pedagógicas en la institucionalización posterior de la educación superior femenina en México. (Robles, 1977, p.19-20)

La mujer, a quien seguían sin tomarla en cuenta, era un objeto de pertenencia para los padres que posteriormente, pasó a ser del marido. Eran educadas para casarse desde pequeñas con personas que las compraban a sus padres. Sus maridos terminaban administrando sus bienes y no tenían el derecho de separarse de ellos, ni de ser enviadas a los claustros.

Se modificaron durante el siglo XVIII las costumbres hacia el matrimonio, y se celebraron en número cada vez mayor uniones conyugales que desafiaban los deseos de los padres [...] La práctica de otorgar a las hijas dotes legalmente certificadas disminuyó gradualmente [...] De un total aproximado de 300 matrimonios celebrados entre 1648 y 1725 en las ciudades de Guadalajara y Puebla, el 78 por ciento recibió dote; en contraste, los archivos de registro matrimonial para el lapso de 1726 a 1793, indican la asignación de una dote sólo en el 57 por ciento de los enlaces matrimoniales. [...] prescribió también el derecho de una mujer casada a recibir propiedades antes de la muerte de sus padres, y terminaron por ende sus prerrogativas sobre sus hermanos y otras hermanas. Podría haber cesado además la protección de que solía disfrutar como dueña de su dote al enviudar. Estos cambios en la condición de las mujeres dentro de la familia no anticipan un empeoramiento de su situación. Es probable que cada vez más mujeres se convirtieran en dueñas de propiedades en el transcurso del siglo XIX; existe además la certeza de que las mujeres dispusieron de oportunidades educativas mucho más amplias, y de que

iniciaron paulatinamente su entrada en la vida pública con su colaboración en obras filantrópicas. (Couturier, 1995, p.32-34)

Pocos o muchos, son innegables los cambios que hay desde la Malinche, hasta Sor Juana Inés de la Cruz, aunque es cierto que para esa evolución tuvieron que pasar muchísimos años. La presencia de la mujer en la historia de este periodo es vital pues construyeron las bases de luchas posteriores, que la siguiente generación de mujeres, se encargaría en dar continuación.

1.2 La mujer durante el siglo XIX

El siglo XIX, comenzó con la guerra de Independencia de 1810. Las condiciones internas del país eran de miseria, explotación y desigualdad para la mayoría de la población, por eso estalló una guerra violenta que duró aproximadamente 11 años (1821).

Se puede dividir a la sociedad mexicana del siglo XIX en tres rubros: uno la clase india, dos la clase mestiza y criolla, y tres la clase burguesa. Retomando la perspectiva de Marx, quien propuso dividir a la sociedad en el proletariado y la clase burguesa haciendo notar que la clase dominante, conocida también como la burguesía, explotaba al proletariado podemos decir que en el México del siglo XIX la clase dominada estaba constituida por indios, mestizos y criollos. Sin duda, la burguesía dependía de las clases bajas para poder seguir generando su riqueza por medio del trabajo y servicios de dicha clase. (Parcero, 1992, párr. 19)

Los antecedentes de este hecho fueron los factores externos como: la Revolución Industrial, la Ilustración, la Independencia de las 13 colonias (1773), la Revolución Francesa (1776) y la invasión francesa a España (1808); y los factores internos, que fueron: Las reformas Borbónicas que impulsó Carlos III (1756- 1788), el criollismo (que desde el siglo XVII había generado en los criollos el sentimiento de

nacionalidad y pertenencia traducida en "patria"), la crisis española (1808) y la explotación a las clases dominadas.

En la primera etapa, que surge con el movimiento armado el 16 de septiembre de 1810, compartieron el protagonismo, junto a Don Miguel Hidalgo y Costilla: los militares, Ignacio Allende y Juan Aldama; el corregidor, Don Miguel Domínguez; y una mujer, María Josefa Crescencia Ortiz Téllez-Girón, conocida como: *La Corregidora*, Josefa Ortiz de Domínguez.

Nacida el 8 de septiembre de 1768 en familia española, y cuyos padres fueron José Ortiz y Manuela Téllez, es considerada clave esencial en la lucha de independencia, pues sin su aviso del inicio de ésta, el movimiento no hubiese sido el mismo.

Josefa Ortiz, propone que las reuniones para planear la conspiración e inicie la guerra de Independencia, se realicen en las casas reales pues como mujer no era fácil tener acceso a esa información y de esta forma se le facilitaría; y los insurgentes acceden [...] El 15 de Septiembre, Don Miguel Domínguez avisa a Josefa Ortiz de Domínguez que se había descubierto la conspiración pero que únicamente sabían de Epigmenio y Emeterio González, quienes fueron acusados de tener en su 'pulpería' (tienda), municiones, armas, pólvora, etc., todo para una guerrilla. [...] Josefa decidida a avisarles a los demás para que no fueran detenidos y se diera el inicio de la Independencia, fue encerrada por su esposo en su propia casa, pues él pensaba que no era lo mejor. Encerrada en su cuarto escuchó que llegó el Alcalde Pérez, otro integrante de la conspiración, y ella con sus tacones pegó en el suelo para que el Alcalde Pérez la escuchara y decirle que avisara que la conspiración había sido descubierta y era hora de que iniciara el movimiento. (González, 2016, Sesión 1)

Doña Josefa Ortiz de Domínguez, quien siguió relacionándose con grupos liberales hasta sus últimos días (fallece el 2 de marzo de 1829), firme en sus ideales y convicciones, rechazó cualquier tipo de recompensa por su labor pues en su opinión, no había hecho más que cumplir con su deber.

Como en toda guerra armada, el pueblo entero tuvo que estar involucrado. Los hombres salían a luchar, y la participación de la mujer se veía reflejada desde cuidar a sus hijos, hasta ser espía. Muchas de las insurgentes (que provenían de pueblos indígenas o eran mestizas), quedaban viudas y se veían obligadas a trabajar aunque esto les fuera difícil pues aún las describían como inferiores, sometidas en la miseria, e ignorantes.

A pesar de que la mujer comenzó a ser considerada para actividades que antes le estaban completamente restringidas, la familia como institución, y la iglesia, aún estaban a cargo de ellas para seguir controlándolas en muchos aspectos.

El conflicto bélico supuso la apertura de espacios para la mujer, que se convirtió en muchos casos en cabeza de familia ante la ausencia del hombre movilizado por la guerra o muerto en batalla, tomó las riendas de su vida y de su familia, sin la tutela masculina; asumió, en definitiva, un nuevo rol, alejado del asignado por el sistema patriarcal. [...] Este nuevo papel de la mujer se manifiesta en la participación activa y el compromiso político en todos los ámbitos y por parte de mujeres integrantes de todas las clases sociales, desde las criollas pertenecientes a la élite de la sociedad hasta las mestizas, indias y negras, componentes de las capas sociales más humildes. (García, 2016, p.16)

El siguiente cuadro tiene como finalidad identificar más nombres de mujeres que tuvieron algún papel en la Independencia de México.

CUADRO 1. Mujeres en la Independencia

NOMBRE	AÑO	¿QUÉ HIZO?
Mariana Rodríguez del Toro	1811	Junto con su esposo celebraban una "Tertulia" (fiesta) en su casa de la Ciudad de México. En un momento de la noche se enteraron que el cura Miguel Hidalgo había sido capturado. El pánico enfrió las venas hasta de los más valientes pero Mariana alzó la voz diciendo: "¿Qué es esto señores? ¿Ya no hay hombres en América?, ¡Liberar a los prisioneros! ¡Hay que apoderarse del virrey

		en el paseo y ahorcarlo!" y en esa noche nació la llamada "Conspiración del año 1811" y aunque fracasó despertó en muchos el espíritu insurgente.
Manuela Medina "La capitana"	n. d.	Nacida en Texcoco, fue una heroína de la Independencia. Levantó una compañía de aguerridos combatientes, con los que participó en batallas y acciones, y viajaron más de 100 leguas para conocer a José María Morelos. Fallece en 1822 después de estar postrada en la cama por dos heridas de balas que recibió en combate.
María Fermina Rivera	n. d.	Viuda de un coronel de caballería; al igual que sus compañeros de armas, sufrió días sin comer, caminos peligrosos y climas difíciles. Algunas veces tomó los fusiles y combatía junto a su esposo. Muere en el año de 1821 en la acción de Chichihualco, luchando a lado de Vicente Guerrero.
María Herrera	n. d.	Mujer adinerada que sacrificó sus bienes y posesiones al quemarlas con el fin de no proporcionar recursos a los realistas. Alojó en su rancho "el Venadito" a Francisco Javier Mina y ambos fueron apresados. Fue perseguida por los realistas y tuvo que vivir en forma salvaje en el bosque, casi desnuda y hambrienta, para evitar ser aprehendida y fusilada.
María Tomasa Estévez	1814	Famosa por infiltrarse en las tropas realistas para coquetearles y de esta manera obtener información, fue aprehendida y fusilada en Villa de Salamanca.
Luisa Martínez	n. d.	A pesar de que su esposo era partidario del régimen virreinal ella estaba de acuerdo con el movimiento pos independencia, así que le enviaba a los insurgentes noticias y comunicados de los jefes superiores. Al descubrirla la encarcelaron y fue recluida en un convento. Para recuperar su libertad tuvo que dar dos mil pesos y prometió no volver a hablar con los insurgentes. Sin embargo fue aprendida 2 veces más hasta que a la tercera se le multó con cuatro mil pesos que no pudo pagar así que fue fusilada en 1817.

Fuente: Elaborado con información del libro "Mujeres por la Independencia" escrito por: Alaniz Sebastián, 2009. Argentina: LECTORUM.

Las consecuencias derivadas de la implicación en el conflicto fueron desafortunadas y en muchos casos trágicas. Acusadas de espías, de ocultar rebeldes, de infidencia, de realizar actividades revolucionarias, de seducir a la tropa o simplemente de tener una relación de parentesco o afectiva con insurgentes, las mujeres fueron sometidas a violaciones, castigos crueles y vejatorios, destierros o escarnio público; despojadas de todas sus posiciones, mediante confiscación de sus bienes, quedando sumidas en la miseria; recluidas en hogares, conventos, o en prisiones donde sufrieron torturas y humillaciones, o condenadas a muerte, fusiladas, ahorcadas, o asesinadas de la manera más cruel. (García, 2016, p.22)

Por los conflictos que se presentaron, educar a ambos sexos comenzó a ser una prioridad, y aunque en más de la mitad del siglo no se presentaron muchos cambios significativos, la mujer no dejó pasar la oportunidad que se le iba otorgando poco a poco.

[...] hacía 1841 aparece 'El seminario de las señoritas mejicanas. Educación científica moral y literaria del bello sexo'. Este seminario consideraba que la mujer instruida y bien educada no sólo tendría cualidades como ser más amable, honrada y apreciable, sino útil en la sociedad. El lema era 'quien más sabe puede obrar mejor'. La educación era considerada como el agente más eficaz y poderoso para acelerar la educación del país, sin embargo al mismo tiempo se denunciaba que ésta había estado ausente en las mujeres, las cuales representaban más de la mitad de la población. Si bien el seminario ofrecía artículos con temas sobre lógica, historia, física, astronomía, historia natural, química, higiene, literatura, poesía, pintura, educación y economía doméstica, recordaba y señalaba a la mujer su espacio en la sociedad. (González, 2007, p.54)

Una de las primeras escuelas fundadas por mujeres se llamó *La Siempreviva*, sociedad literaria que dio origen a una revista del mismo nombre. Esta escuela y revista se fundó por tres mujeres en Yucatán: Rita Rosaura Cetina Gutiérrez, Cristina Farfán y Gertrudis Tenorio Zavala en 1870. "[...] por sus ideas acerca de la

importancia de la educación, podemos considerar a 'La Siempreviva' como la primera institución juarista fundada por mujeres en Yucatán, cuyas ideas en torno a su emancipación se abrían paso entre aquellos dos grupos políticos rivales que las debatían, no por su valor intrínseco, sino con relación al lugar que las mujeres debían ocupar en la sociedad, buscando controlarlas" (Peniche, 2015, p. 33-34).

Otro acontecimiento importante de esa época fue la apertura de la *Escuela de Instrucción Secundaria para Personas del Sexo Femenino* (4 de Julio en 1869), en la Ciudad de México, cuyo nombre cambiaría con el paso del tiempo a *Escuela Secundaria de Niñas*, luego a *Escuela Nacional Secundaria de Niñas*, y por último a *Escuela Normal de Profesoras*. Esta escuela tuvo el propósito de formar a profesionistas en docencia.

Para 1877 la Escuela Nacional Secundaria de Niñas expedía títulos de profesora de instrucción primaria y secundaria: En 1890 esta escuela se transforma en Escuela Normal para Profesoras de Instrucción Primaria en la Ciudad de México. [...] Las obreras tuvieron oportunidad de asistir a escuelas para adultas. Los objetivos que perseguían estas escuelas eran: a) ofrecer una instrucción que las acercara a los conocimientos elaborados por el hombre y b) seguir las sugerencias que les permitirían atenuar sus malos instintos y desarrollar los buenos, así como abrir su alma a la luz. [...] Fue tan significativo el número y el papel de las mujeres obreras a finales de la década de 1880 [que] la esposa del presidente Porfirio Díaz, Carmen Romero Rubio, abrió una escuela gratuita en la Ciudad de México para los hijos de las obreras pobres. (González, 2007, p. 56- 57)

Una de las tantas mujeres representativas de la década de los 80 del siglo XIX es: Matilde Petra Montoya, quien nació en 1859 en la Ciudad de México y luchó desde corta edad para ser médico. Decidida a no rendirse, se inscribió a la *Escuela Nacional de Medicina* en la carrera de Obstetricia y Partera que, por diversas dificultades tuvo que abandonar. Después, se dirigió a la *Escuela Parteras y Obstetras de la Casa de Maternidad*, y a los 16 años, recibe su título de partera.

[A los 18 años] joven y con un espíritu firme, regresa a Puebla donde acredita el examen de admisión de la Escuela de Medicina. Es aceptada en ceremonia pública y a ésta acude el Gobernador del Estado, abogados del poder judicial, maestras y damas de sociedad poblana que aplaudían el coraje y el valor de la señorita Montoya, tal vez algo que muchas de ellas hubiesen querido hacer, pero... es muy difícil romper con un paradigma, sectores radicales la señalaban como una impúdica y peligrosa mujer que pretendía convertirse en ¡médica! ¡Mujeres médicas! ¡Es lo único que nos faltaba ver! (González, 2007, p. 58)

Cabe mencionar la vida de otra gran mujer y representante de muchas otras etapas de la historia de México, Laureana Wright quien se destacó como escritora y periodista. Dentro de sus manuscritos se lee la determinación que tenía por defender a la mujer mexicana en muchos aspectos desde la educación, hasta el ser reconocidas como ciudadanas.

Entre los escritos que destacan de Laureana W. son: *La emancipación de la mujer por medio del estudio*, de 1891; y *Educación errónea de la mujer y medios prácticos para corregir*, de 1892.

La importancia de ambos trabajos salta a la vista pues, además de ser los primeros en su género escritos por una mexicana, representan un interesante testimonio de las aspiraciones culturales y sociales de la vanguardia intelectual femenina del siglo XIX, de la que Laureana Wright fue una de sus más decididas voceras. El interés que mostró por la problemática educativa de su sexo la convierte en una de las primeras teóricas del tema en México, cuya riqueza de ideas y propuestas ofrece una rica veta para la reflexión. Como tantos intelectuales y políticos de la época, Wright confiaba en el progreso de México y celebraba los avances educativos realizados en los últimos tiempos. Sin embargo, su optimismo desaparecía cuando abordaba el problema de la condición y educación femeninas. Para la escritora no había dudas, el sometimiento de "la mujer instrumento", tal y como calificaba a la mayor parte de su género, se debía básicamente a su falta de cultura y educación. (Alvarado, 2016, p. 22-23)

Este pequeño resumen de lo que sucedió con la mujer del siglo XIX, termina con un panorama alentador y abriendo camino a grandes y mejores oportunidades para el siglo que se aproximaba y que necesitaba de muchas más de ellas con bases en todos los aspectos para seguir exigiendo sus derechos.

1.3 La mujer del siglo XX

El primer censo del México moderno se realizó el 20 de octubre de 1895 bajo el régimen de Porfirio Díaz. En ese entonces la población del país era de poco más de 12 millones 632 mil habitantes, de la cual casi 80 % era analfabeta (Censo General de la República Mexicana 1895, 2010).

En el *Censo General de la República Mexicana de 1895 (2010)*, se observan diversas profesiones en las que destacaban por cantidad las mujeres de México: parteras, profesoras, cigarrero, floristas, lavaderos, tejedoras, tejedoras de palma, labores domésticos y porteros. En este mismo documento se agrega un apartado que lo nombran: “sin ocupación”, donde los hombres que están en este rubro suman un total de 252,024 y las mujeres 2, 579,339.

Otro apartado a destacar en el censo (Censo General de la República Mexicana 1895, 2010) es el de “estudiantes”, donde 20,862 son hombres y 7,137 son mujeres. La mujer fue incluida en temas de educación, dependiendo de su estatus social y educación, que se centraba en asimilar la vida española inculcando los hábitos religiosos.

Siguiendo con la educación para la mujer, se observa a otra que obtuvo el grado de médico en 1900, Columba Rivera, quien es considerada como la segunda en lograrlo y la primera mujer médico del estado de Hidalgo. A los 17 años ya se había graduado como maestra dando clases en el *Instituto Hidalgo de Pachuca* y siguiendo los pasos de Matilde Montoya, comienza sus estudios en medicina ingresando al *Instituto Científico y Literario de Hidalgo*.

La participación de la mujer en el periodismo del país comienza desde mucho antes de este periodo pero es importante mencionar el nacimiento de *La mujer mexicana, revista mensual científico-literaria consagrada a la evolución y el perfeccionamiento de la mujer* de 1904, donde fue el *ágora* de muchas mujeres interesadas en la discusión y exigencia a la educación intelectual para la mujer. Algunos de los nombres que destacan son: Dolores Correa de Zapata, Luz viuda de Herrera, Laura Méndez de Cuenca y Antonia Urzúa (fundadoras) e incluso Columba Rivera como colaboradora.

En 1910, dio inicio la Revolución mexicana con el levantamiento de armas comandado por Francisco I. Madero por diversas injusticias sociales en el régimen político de Porfirio Díaz. El movimiento, también contó con la presencia de la mujer.

Así como en el porfiriato liberales y conservadores podían disentir respecto al proyecto político y coincidir con su versión moralista del rol de la mujer, los regímenes revolucionarios perseveraron también los límites de lo aceptable en lo que a la participación política de las mujeres se refería y, aunque con distintos matices, en gran medida mantuvieron una percepción tradicional de lo que debía ser el papel de estas en la sociedad. (Melgar, 2008, p.22)

En el movimiento aparecen las *soldaderas*, quienes peleaban a lado de los hombres y también eran responsables de alimentar a las tropas, lo que significaba que tenían el acceso a todos los espacios. Tantos cambios las empujó a tener nuevas experiencias en los viajes que realizaban y también les permitió tener nuevos empleos como: telegrafistas, enfermeras, reporteras, editoras de periódicos, y vendían toda clase de cosas, incluso cosas prohibidas.

La participación femenina en el proceso revolucionario se dio sobre todo a nivel del cambio profundo que la guerra civil significó para las condiciones de reclusión de la mujer. Al calor de la lucha armada, las mujeres participaron como correos, transportadoras de armas, enfermeras y en múltiples actividades que hubiesen sido impensables en los tiempos de paz. Los efectos de esa participación no sólo afectaron las condiciones de vida y las conductas

personales de las mujeres, sino también el ordenamiento legal de las relaciones entre los sexos, puesto que en un decreto fechado el 29 de diciembre de 1914, publicado en 'El Constitucionalista' e12 de enero de 1915, el gobierno carrancista aprobó el divorcio por primera vez en el país y a partir de entonces las mujeres pudieron contraer segundo matrimonio. (Ramos, 1997, p.29)

Posteriormente, aparece la *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos de 1917* en donde se incluye el *Artículo 123*, estableciendo la igualdad en salarios; de igual forma las mujeres tienen derecho a prestaciones por maternidad protegiéndolas del trabajo nocturno.

La *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos* promulgada el 5 de febrero establece el *artículo 123* la igualdad de derechos y salarios para hombres y mujeres, además de incluir diversas medidas de excepción (que protegen la maternidad) para las mujeres trabajadoras. En materia de derechos ciudadanos, las mujeres quedan excluidas del sufragio. La exclusión está implícita en la redacción del texto constitucional pues aunque el *artículo 34* no establece abiertamente que el voto es prerrogativa del sexo masculino, si lo asienta la ley electoral, de alcance federal emitida el año siguiente. [...]El gobierno de Venustiano Carranza publica la *Ley de Relaciones Familiares* que amplía los derechos de las mujeres casadas al permitirles establecer contratos, participar en juicios y tener los mismos derechos que los hombres en la custodia de los hijos. Sin embargo, introduce disposiciones discriminatorias como la obligación de las mujeres casadas de tener permiso escrito de sus maridos para tener un empleo fuera del hogar. (Cano y Lamas, 2007, p.31-32)

Aunque aún se está en la superficie de la historia de la mujer mexicana, no se puede creer que una mujer de la época prehispánica, del virreinato, o en el siglo XIX, no tuviera consciencia sobre la desigualdad en la que vivían respecto al género masculino. La lucha por la igualdad y equidad entre hombres y mujeres, ha surgido desde hace miles de años, aunque es en este siglo donde se da un clímax importante respecto a esto con diversos movimientos en todo el mundo.

El vocablo feminismo empezó a utilizarse en México en los últimos años del siglo XIX para principios del siglo XX el término se había vuelto de uso común en los medios cultos de la capital del país. En esa época el feminismo reivindicaba la igualdad entre los sexos en lo relativo a la capacidad intelectual y a los derechos educativos de hombres y mujeres y, al mismo tiempo, propugnaba por la valoración de una serie de atributos subjetivos considerados característicos del sexo femenino: la capacidad emocional, la dulzura y la superioridad moral, entre otros. Enraizado en el pensamiento liberal, el feminismo veía en la educación laica y racional de las mujeres el camino que permitiría alcanzar sus metas principales la dignificación del papel de esposa y madre, y la ampliación de la influencia de las mujeres en la familia y de los márgenes de su autonomía individual. Centrado en estas reivindicaciones, el feminismo de fines del siglo XIX y principios del siglo XX daba un lugar secundario a la igualdad de derechos ciudadanos. La participación política femenina se veía si acaso como una realidad deseable, pero posible sólo en el largo plazo. (Cano, 1997, p.345)

En 1916, tuvo lugar el primer congreso feminista en la ciudad de Mérida Yucatán, donde asistieron mujeres para hablar de los diversos derechos de todas en el país como: la educación laica, el trabajo, la modificación de la *Legislación Civil*, entre otras cosas. Meses más tarde, se llevó a cabo el segundo congreso feminista también en Mérida, donde se centraron en hablar del derecho de la mujer al sufragio.

De estos dos congresos, surgen nombres de importantes feministas del siglo XX para México, una de ellas es Hermila Galindo, quien a pesar de no haber asistido a ninguno de los dos congresos envió sus ponencias.

Para el primer congreso, Galindo mandó su escrito *La mujer en el porvenir*, donde: “Elabora una crónica de la subordinación de las mujeres en las sociedades occidentales desde las ‘edades primitivas’ hasta ese momento y defiende con argumentos bíblicos el por qué en las sociedades cristianas debe existir el derecho de igualdad entre hombres y mujeres” (Tuñón, 2017, p.14).

En el segundo congreso, envió su ponencia (que fue leída por Elena Torres, otra mujer importante del movimiento feminista), titulada: *Estudio de la Srita. Hermila Galindo con motivo de los temas que han de absolverse en el Segundo Congreso Feminista de Yucatán*, en cuyo contenido exponía su punto de vista sobre los temas que se trataron en aquel congreso.

[...] es posible ubicar la propuesta político-feminista de Hermila Galindo en varios frentes: destacan los aspectos educativo, laboral, sexual, civil, familiar y, por supuesto, el de los derechos políticos. Tales frentes estaban relacionados con dos ámbitos aparentemente separados entre sí, pero de suma importancia para las mujeres. Para el ámbito privado resultaban relevantes las propuestas de educación sexual y anatómica para las mujeres así como las modificaciones a las leyes que regulaban el divorcio, cambios que, de realizarse, habría de significar un mayor poder de las mujeres sobre sí mismas y en especial sobre sus cuerpos. Por el otro lado, las demandas laborales y políticas, al ubicarse en la esfera pública, tendrían también que traducirse en una mayor capacidad para influir en los asuntos que trascendían el ámbito del hogar. (Tuñón, 2017, p.17)

Para 1919, se forma el *Consejo Feminista de México*, su objetivo era hablar sobre el derecho al voto de la mujer, derechos de las trabajadoras, la independencia e igualdad económica de éstas, entre otras cosas. Algunas mujeres pertenecientes al consejo fueron: Julia Nava de Ruisánchez, Elena Torres, María del Refugio García y Evelyn Roy.

En 1922, Beatriz Peniche, Raquel Dzib y Elvia Carrillo Puerto, fueron las primeras en ganar un puesto en el congreso de Yucatán el cual, un año más tarde, abandonaron por amenazas de muerte después del fallecimiento del hermano de Elvia quien era el gobernador del estado. El voto para la mujer fue eliminado en la entidad.

[1923] Por iniciativa del gobernador Rafael Nieto, el estado de San Luis Potosí establece en enero el voto para aquellas mujeres mayores de 21 años que supieran leer y escribir y que no estuvieran afiliadas a instituciones clericales,

ni fueran monjas. La reforma tuvo una vigencia sólo de tres años, ya que se derogó en octubre de 1926. (Cano y Lamas, 2017, p.36)

El producto de esta gran lucha se vio reflejado hasta 1953, cuando fue publicada la reforma de los *Artículos 34 y 115* en el *Diario Oficial de la Federación*. Aquí se leía que las mujeres podían votar y ser votadas para puestos en el gobierno del país pero fue hasta 1955, cuando las mujeres acudieron formalmente a las urnas a emitir sus votos para diputados federales, y en 1958, para elecciones presidenciales donde quedó electo Adolfo López Mateos del *Partido Revolucionario Institucional*. A partir de los años siguientes, más mujeres se van integrando a puestos políticos importantes, como diputadas, ministras, etcétera; abriendo un campo no explorado por ellas.

Para 1968, la mujer pasa a ser dirigente de movimientos sociales, donde junto a sus compañeros, alzaron la voz para denunciar las violaciones que se presentaban a sus derechos por parte del gobierno mexicano y fueron reprimidos en muchas ocasiones, el *2 de Octubre* en la Plaza de las Tres Culturas en Tlatelolco como el más sonado. Su papel variaba desde estar en brigadas, hasta líderes en diversos discursos de las marchas que se tenían en aquel año.

María Fernanda Campa Uranga, La Chata, figura emblemática del movimiento estudiantil de 1968; primera geóloga mexicana y una de las fundadoras del Instituto Mexicano del Petróleo y del Laboratorio de Geología de Yacimientos. La Chata nació en 1940, en el seno de una familia integrada por el líder de los ferrocarrileros, Valentín Campa y la feminista Consuelo Uranga. María Fernanda [...] a lo largo de seis décadas fue una luchadora a favor de causas sociales. (La chata Campa, 2019, párr. 1)

Después de los movimientos que surgieron tanto en México, como alrededor del mundo (ejemplo en Estados Unidos con la liberación de la mujer), retoman el feminismo en los años setenta que consistía en la relación de los sexos.

El movimiento feminista resurge en los años 70's, a este resurgimiento se le ha llamado neo feminismo, nuevo movimiento feminista o El feminismo de la nueva ola, este renacimiento fue obra de un grupo de mujeres interesadas en, la falta de oportunidades para intervenir en la toma de decisiones, no solo en el ámbito político, también en sus propios cuerpos y problemas inherentes a ellas como mujeres, la mayoría de ellas eran urbanas, de clase media, universitarias y vivían en la ciudad de México. (Feminismo en México en los años 70's, 2012, párr. 4)

Para 1975, el gobierno mexicano dictó reformas jurídicas para eliminar la desigualdad entre hombres y mujeres y una de las primeras acciones fue eliminar del *Código Civil de 1928*, que hablaba sobre el permiso escrito que le tenía que dar el hombre a la mujer para poder trabajar. En este año también, México celebraba la *Conferencia Mundial de la Mujer* y la proclamación del *Año Internacional de la Mujer* que dio la *Organización de las Naciones Unidas*.

Otra lucha que ha tenido el movimiento feminista como uno de sus estandartes es la despenalización del aborto pues las mujeres buscan ser libres de decidir sobre su cuerpo, su sexualidad y tener el acceso a la información sobre el cuidado con anticonceptivos.

Paralelamente a los esfuerzos por lograr la despenalización del aborto, se desplegaron acciones relativamente exitosas de denuncia de la violencia sexual que tomó fuerza la caracterización de la violación y el hostigamiento sexual como abusos de poder y no como manifestaciones naturales de la sexualidad masculina. En 1977 se creó el primer Centro de Apoyo a Mujeres Violadas por un colectivo feminista. Posteriormente, con la colaboración de algunas feministas y la oposición de otras, la Procuraduría de Justicia del Distrito Federal estableció la primera Agencia Especializada de Delitos Sexuales instancia a la que le siguieron varias más del mismo tipo . En 1991 se incorporó al Código Penal una serie de reformas que facilitaban la identificación, denuncia y penalización de los delitos sexuales, incluido el hostigamiento sexual. (Cano, 1997, p. 356)

La lucha de las mujeres ha sido larga, desde inicios de este siglo se les ve exigir libertad por sus ideologías, su educación, su sexualidad, su situación laboral y sus derechos políticos. Se han abierto las puertas con ayuda de otras mujeres y hombres en campos que desconocían pero que afrontaron y desempeñaron bien, demostrándose que ellas pueden superar cualquier cosa que se les presente.

Los derechos humanos surgen de los esfuerzos por cambiar de manera sustancial esas condiciones genéricas entre mujeres y hombres, y sus relaciones sociales. Concretan asimismo los esfuerzos por modificar, desde una reorganización genérica a la sociedad en su conjunto y al Estado, y de configurar una renovación de la cultura que exprese y sintetice esta nueva filosofía genérica. La humanidad pensada así es una categoría que recoge la transición, los procesos de desmontaje de la opresión patriarcal a partir de los principios de la modernidad llevados, por medio de la crítica deconstructiva, a su radicalidad y a la construcción de la democracia genérica. (Lagarde, 2012, p. 15)

Por último, existen más nombres de mujeres que tuvieron diversas profesiones en estas décadas y que pusieron a México en el mapa generándole gran reconocimiento, por ejemplo: Adela Sequeyro Haro, periodista actriz y guionista; Elena Sánchez Valenzuela, protagonista de la primera *Santa*, película muda de 1918; Lupita Tovar, actriz protagonista de la primera película sonora de México, *Santa* de 1932; Dolores del Río, actriz de cine en la época de oro junto con Sara García y María Félix; Virginia Fábregas, la diva del teatro; Esperanza Iris, actriz de teatro; Frida Kahlo, Helen Escobedo, María Izquierdo, exponentes de la pintura; María Sabina, indígena mazateca conocida en todo el mundo por su espiritualidad; cantantes como Lola Beltrán o compositoras como María Grever o Consuelito Velázquez autora de *Bésame mucho*; grandes escritoras como Sofía Villa de Buentello, Josefina Vicens, Pita amor, Rosario Castellanos, Elena Garro, Elena Poniatowska, Nahui Ollin (Carmen Mondragón), Rosario Castellanos, Ángeles Mastretta, Cristina Pacheco, Sabina Berman, entre muchas, muchas otras.

1.4 La mujer del siglo XXI (2000-2018)

Actualmente, ¿Qué significa ser mujer en México?

Es necesario partir de que “[...] más de la mitad de la población (51.4 %) son mujeres; en una línea justa con esa realidad, su contribución al desarrollo del país se registra en prácticamente todos los ámbitos y de una manera más amplia de la que se daba a penas dos o tres décadas atrás” (Ser mujer en México, 2017, p.15).

México ha participado en diversos convenios que la *ONU* ha realizado. Tal es el caso de la convención sobre la eliminación de cualquier tipo de discriminación contra las mujeres (*CEDAW*). ^{Ver Anexo 2} Esto quiere decir que a diferencia de otros países que han firmado, México es uno de los que sí ha ratificado.

La *Carta de las Naciones Unidas*, firmada en 1945, fue el primer acuerdo internacional para afirmar el principio de igualdad entre mujeres y hombres. Desde entonces, la *Organización de las Naciones Unidas* (*ONU*) ha contribuido a crear un legado histórico de estrategias, normas, programas y objetivos acordados internacionalmente para mejorar la condición de las mujeres en todo el mundo, en 1977 la *Asamblea General de las Naciones Unidas* proclamó al 8 de marzo como *Día Internacional de la Mujer*, continuando con la tradición de lucha en pro de la igualdad, la justicia, la paz y el desarrollo. (México eventos, 2017, párr.15)

El país se ha comprometido a firmar todos estos acuerdos mencionados pero es bien sabido que cifras han arrojado otro tipo de realidad e incluso ha habido retroceso en muchos puntos que pudiera creerse que ya se habían erradicado.

La violencia hacia la mujer mexicana se desenvuelve en diferentes aspectos y esto, ciertamente, es una gran problemática para un país que desea aspirar a ser completamente democrático. Pero, ¿de qué aspectos se hablan? La desigualdad hasta la inequidad, la discriminación y desventajas que se presentan en el sector político, salud y educación.

En el portal *Human Rights Watch* (México eventos, 2017, párr. 30), se lee que: “[...] el derecho mexicano no protege adecuadamente a mujeres y niñas contra la violencia doméstica y sexual. Algunas disposiciones, como aquellas que supeditan la gravedad de la pena para ciertos delitos sexuales a la “castidad” de la víctima, contravienen los estándares internacionales.”

Los derechos no solo pueden ser exclusivos para las mujeres pues sería caer en lo mismo y se necesita ser igual ante la ley, hombres y mujeres, pero ser iguales ante la ley no garantiza que todo se cumpla de acuerdo a lo establecido. La ley no es suficiente para eliminar toda esta violencia que actualmente existe en el país.

“En los últimos diez años la violencia contra las mujeres no ha disminuido: en 2006 se estimó en 67 % el porcentaje de mujeres que han vivido algún episodio de violencia a lo largo de sus vidas; en el 2011 el indicador fue de 62.8 %, pero en el 2016 se registró un nuevo incremento para ubicarse en 66.1 %” (Fuentes, 2017, p.14).

Uno de los principales reductos de la violencia de género se ubica en el ámbito privado, ya sea por parte de esposos, ex parejas, familiares o amigos. Y las cifras describen un panorama desolador en el que las mujeres muchas veces son víctimas de uno o más tipos de violencia: de un total de 21 millones 631 mil 993 mujeres casadas o unidas, casi la mitad (el 46.7 %, que equivale a 10 millones 88 mil 340 mujeres) han sido violentadas en algún momento de su vida en pareja, aunque sólo una pequeña proporción (18.4 % de las casadas y el 38.1 % de las unidas alguna vez) ha denunciado los agravios ante alguna autoridad. De esta cifra, el 44.6 % han sido agredidas físicamente; el 18.1 % han sufrido violencia sexual; otro 84.3 % han padecido abusos psicológicos; y un 60.7 % han experimentado violencia económica. Si bien la mayoría de estas agresiones provienen de las parejas, también hay violencia originada en los padres, hermanos u otros parientes: el 15.4 % de las mujeres casadas vivió violencia familiar, siendo las jóvenes entre 15 y 29 años de edad las más perjudicadas (16.2 %). (Ramiro, 2018, párr. 9)

Las situaciones de desventaja en las que se encuentran las mujeres mexicanas son muchas y otro gran ejemplo es que en un empleo, donde hombre y mujer ejercen el mismo trabajo, en muchos casos es al hombre a quien le pagan más.

En materia salarial la inequidad de género es mayor [...] las mujeres ocupadas reciben menores salarios que los hombres en empleos similares. Aunque la diferencia de ingresos laborales entre géneros se redujo de -16.1 % en 1995 a -5.3 % en 2011, la brecha salarial entre hombres y mujeres sigue vigente. En el país, el porcentaje de mujeres que gana menos de un salario mínimo es casi el doble que el de los hombres. En cambio, por cada mujer que gana más de cinco salarios mínimos hay 1.3 hombres en la misma condición. (Moctezuma, 2014, p.127)

Cifras del *INEGI* (2010), indican que la escolaridad femenina en la Ciudad de México ha aumentado durante los últimos 10 años, e incluso, ha sobrepasado a los hombres, esto es muy diferente cuando se compara con otras entidades federativas. Chiapas, Oaxaca y Guerrero, tienen los menores porcentajes en la matrícula escolar.

Las mexicanas en materia educativa, todavía prevalecen las inequidades de género. Dentro de éstas, destaca el mayor analfabetismo y el mayor rasgo educativo de las mujeres. De igual forma, no puede dejar de señalarse el contraste que existe todavía entre la mayor matrícula femenina en educación superior y posgrado y la baja participación de las mujeres en el Sistema Nacional de Investigadores. (Moctezuma, 2014, p.124)

Otro sector en el que la mujer también está presente es el de salud, este varía dependiendo del estado en el que se encuentren, las de menor porcentaje dentro del sector salud son las mujeres que viven en zonas rurales y son indígenas, a esto se agrega el problema dentro del tema de maternidad y con ella la tasa de mortalidad, a pesar de que ha disminuido, aún existe.

En la *Cumbre del Milenio* organizada por la *Organización de las Naciones Unidas* en el año 2000, México se propuso reducir en dos terceras partes la cifra de decesos maternos ocurridos en 1990. Dicha meta implicaría alcanzar una tasa de alrededor de 30 muertes maternas por cada 100 mil nacidos vivos, en 2015 [...] la actual cifra es de 48 muertes maternas por cada 100 mil nacidos vivos. (Moctezuma, 2014, p.131)

Los embarazos en adolescentes no solo afectan su vida sexual, sino también afecta su futuro. Cada año, alrededor de 13 millones de mujeres, menores de 20 años, se convierten en madres, solo el 70 % de las mujeres en edad fértil utilizan un método anticonceptivo, eso quiere decir que el 30 % restante, no tiene manera de acceder a estos métodos y en su mayoría son mujeres indígenas, adolescentes, sin escolaridad y viven en zonas rurales.

A pesar de que las mujeres tienen mayores necesidades en lo que a cobertura de salud se refiere (especialmente por maternidad), los gastos que realizan los hogares en seguros médicos, incluyendo cuotas a clínicas y hospitales, cuotas al seguro popular y cuotas a compañías de seguros, son altamente desiguales tanto según el tipo de hogares como entre sexos [...] La inequidad de género en materia de salud es alta, tanto por el menor acceso a los servicios de salud de las mujeres más pobres, como por el menor gasto que realizan los hogares en esta materia. La salud de las mujeres es parte del círculo vicioso de la pobreza. (Moctezuma, 2014, p.133)

Por último, se retoma el papel que juega la mujer en cuanto a la toma de decisiones para el país, pues es cierto que en México, desde hace muchos años, se les otorgaron los mismos derechos de los hombres a las mujeres pero hasta hoy aún se presentan baches enormes en este tema.

El crecimiento de la participación de la mujer indígena y ciudadana en la política, no ha aumentado mucho en los últimos años, a pesar de que se han dictaminado diferentes proyectos en los cuales la exigencia es que al menos, un 50 % del total de los puestos en el gobierno, deben ocuparse por mujeres.

Uno de los temas que ha tomado relevancia en los últimos años es la situación que tienen los indígenas con sus derechos político-electorales, para esto se retoma el *Artículo 2* de la *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*.

El *Artículo 2*, que tiene como título, *La nación Mexicana es única e indivisible*, habla sobre que la Nación tiene una composición pluricultural sustentada originalmente en sus pueblos indígenas y son comunidades integrantes de un pueblo indígena, aquellas que formen una unidad social, económica y cultural, asentadas en un territorio, reconocen a sus autoridades de acuerdo con sus *usos y costumbres*.

Los pueblos indígenas pueden decidir sus formas internas de convivencia y organización social, económica política y cultural. Aplicar sus propios sistemas normativos en la regulación y solución de sus conflictos internos, elegir de acuerdo con sus normas, procedimientos y prácticas tradicionales a las autoridades y representantes para el ejercicio de sus formas propias de gobierno interno, garantizando que mujeres y hombres indígenas disfruten y ejerzan su derecho a votar y ser votados en condiciones de igualdad; así como a acceder y desempeñar los cargos públicos y de elección popular para los que hayan sido electos o designados.

Uno de los estados donde se lleva el sistema de *Usos y Costumbres* es Oaxaca. Para las elecciones del 2007, se obtiene que son 361 (de los 570 municipios que tiene en total Oaxaca), los que están registrados en este tipo de sistema (Participación Política de la mujer, 2009, p.32).

Respecto al voto de la mujer de quienes se rigen por *Usos y Costumbres*, específicamente en Oaxaca, proyecta los siguientes datos:

[...] en 234 municipios (62.7 %) votan todas las mujeres, solteras, casadas y viudas. Hay 59 municipios donde las mujeres están excluidas de votar (15.8 %). En 15 municipios solo votan las mujeres casadas; en cinco municipios votan sólo las viudas; en 10 municipios votan sólo las solteras; en siete municipios

sólo permiten votar a las solteras y viudas. Como puede observarse, existen variadas combinaciones de criterios que definen cuáles mujeres votan. Aunque hay 48 municipios que no reportan información al respecto. La edad para votar en la mayor parte de los municipios consideran de 18 a 60 años, la edad límite varía hasta los 80 o más años. En municipios como Santiago Yaltepec votan desde los 14 años; en San Martín de las Peras sólo votan las mujeres si son parte de la cofradía o mayordomía; en San Martín Tilcajete no hay asamblea, los cargos se otorgan por antecedentes de cargos desempeñados anteriormente (algo similar al servicio profesional de carrera); en San Martín Toxpalán aparece la información que “las mujeres ejercen todos los derechos que les otorga la constitución pero no aparece información sobre el voto de las mujeres como tampoco existe ninguna mujer que haya ocupado cargo de elección como Presidenta municipal. (Participación Política de la mujer, 2009, p.33)

Para el 2013, eran alrededor de 90 los municipios en Oaxaca donde no votaron ni fueron votadas mujeres y aunque la mujer ejerció hace años por primera vez el derecho a votar, aún hay localidades en México donde el sufragio para ellas aún no existe.

Es inconcebible que en el siglo XXI, todavía en México y en muchos otros países, exista la negación al sufragio femenino por cualquiera de las razones que estas puedan ser. Votar para elegir el nuevo gobierno que tomará el poder del país, de tu estado, de tu delegación, de tu municipio, o que te “representará” en diversos sectores para la decisión de propuestas o cambios que directamente te afectarán para bien o mal, es un derecho y una obligación “humana” (entiéndase esta palabra como: sin distinción de género), tanto individual como comunal.

¿Qué pasa con la participación de la mujer en la Política? Se generó una tabla basada en 32 fichas técnicas (cada una representa un estado en México), que habla de la participación política que ha tenido la mujer en el país. Se retomaron dos aspectos en la que se dio un reporte sobre la participación que han tenido y tienen

las mujeres en *gobierno estatal* y *gobierno municipal* de su estado, esto con el propósito de dar un panorama actual y sintetizado.

CUADRO 2. Mujeres mexicanas en la política

Participación política electoral de las mujeres en las 32 entidades federativas. (noviembre 2017)		
	Gobierno Estatal	Gobierno Municipal
Aguascalientes	X	Para el período 2014-2016, sólo 1 municipio de los 11 que conforman el estado tenía como cabeza una mujer, pero resultado de las elecciones de 2015-2016 el número de presidentas municipales se incrementó a 3 representando 27.2 %.
Baja California Norte	X	Elección de 2 mujeres al cargo de presidentas de un total de 5 municipios que conforman el estado representando 40 %, cifra inédita de esta entidad federativa.
Baja California Sur	X	Las últimas dos administraciones han contado con una alcaldesa, lo que, tomando en cuenta que en el estado hay únicamente 5 municipios, representa el 20 % del total. Para los comicios efectuados en 2015 resultaron electas dos mujeres al cargo de presidentas municipales, representando 40 % de total de alcaldías en manos de una mujer.
Campeche	X	El estado tuvo en el periodo anterior (2012-2015) únicamente una alcaldesa. En la elección de 2015 ninguna mujer fue electa para puestos de alcaldía, quedando Campeche con 0 % de representación de mujeres en las titularidades de los 11 municipios.
Chiapas	X	El estado tuvo en el periodo anterior (2012-2015) tan sólo 2 alcaldesas, lo cual representaba el 1.7 % del total de presidencias municipales en la entidad. En la elección de 2015, el incremento en el porcentaje de mujeres fue sustancial, ya que 35 mujeres fueron electas para alcaldesas, de un total de 122 municipios, obteniendo una representación de 29.6 % de municipios encabezados por mujeres.

	Gobierno Estatal	Gobierno Municipal
Chihuahua	X	Por lo que atañe a los ayuntamientos y de un total de 67 que renovaron sus presidencias municipales, en 25 fueron electas mujeres como alcaldesas representando un 37.3 %, con un incremento de 23 mujeres más que en el periodo anterior donde la entidad solo tenía dos presidentas municipales (3 %).
Coahuila	X	Por lo que atañe al número de presidentas municipales suman 14 mujeres electas, representando 36.8 %, de un total de 38 municipios en esta entidad.
Colima	Colima fue el primer estado en tener una gobernadora. Griselda Álvarez Ponce de León, dirigió el estado de 1979 a 1985.	Los resultados electorales de 2015 indican que dos mujeres fueron electas presidentas representando 20 % de un total de 10 ayuntamientos, lo cual indica que se mantiene el mismo número de alcaldesas que en el periodo inmediato anterior (2012).
Ciudad de México	Rosario Robles como jefa interina en el periodo 1998-2000	La entidad tuvo en el periodo anterior (2012-2015) 5 delegadas, de un total de 16 delegaciones. En la elección de 2015, nuevamente 5 mujeres fueron electas como delegadas en la Ciudad, alcanzando con ello un porcentaje del 25 % y colocando al entonces Distrito Federal por encima de la media nacional, que para 2015 fue de 9.1 %.
Durango	X	Las mujeres pasaron de gobernar 6 alcaldías (15.3 %) en 2013, a 13 en los comicios de 2016, lo que, tomando en cuenta que Durango tiene 39 municipios, 33.3 %.
Estado de México	X	De los 125 municipios que integran el estado, en este periodo (2015-2018) solamente 21 tienen como cabeza del Ayuntamiento a una mujer, lo que representa apenas el 16.8 %.
Guanajuato	X	De los 46 municipios que integran el estado, en el proceso electoral 2015 solo fueron electas 2 mujeres para ocupar el cargo de presidentas municipales, representando un 4.3%.
Guerrero	X	En el periodo anterior (2012-2015) únicamente 4 alcaldesas en los 81 municipios. En la elección de 2015 hubo un

		incremento sustancial, ya que, 21 mujeres fueron electa para puestos de alcaldía, logrando una representación de 25.9 % de mujeres en este cargo.
Hidalgo	X	Las elecciones para renovación de Ayuntamientos se celebraron en julio de 2016. De los 84 municipios que conforman el estado, 17 son presididos por mujeres; esto representa 20.2 % del total, en comparación con el 7.1 % del periodo anterior.
Jalisco	X	De los 125 municipios que integran el estado y resultado de las elecciones celebradas en 2015, solamente 6 tienen como cabeza del Ayuntamiento a una mujer, lo que representa apenas el 4.8 %.
Michoacán	X	De los 113 municipios que integran el estado, solamente 3 tienen como cabeza del Ayuntamiento a una mujer, lo que representa apenas el 2.6 %.
Morelos	X	El estado tuvo en el periodo anterior (2012-2015) únicamente dos alcaldesas. En la elección de 2015 6 mujeres fueron electas para encabezar presidencias municipales, de un total de 33 alcaldías en la entidad, lo que se tradujo en una representación del 18.1 %.
Nayarit	X	Por lo que atañe al cargo de presidentas municipales y de un total de 20 ayuntamientos, 6 mujeres resultaron electas para ocupar esta posición representando un 30 %.
Nuevo León	X	De los 51 municipios que integran el estado, solamente 4 mujeres resultaron electas como alcaldesas, apenas el 7.8 %.
Oaxaca	X	El estado tuvo en el periodo anterior (2012-2015) 17 Presidentas Municipales ¹ (3 %). En la elección de 2016, experimentó un crecimiento significativo en la representación de mujeres al frente de un Ayuntamiento: 38 mujeres resultaron electas por el sistema de partidos, y 21, por el de sistemas normativos internos, dando un total de 59 Presidentas Municipales.
Puebla	X	Para el periodo 2014-2017, de los 217 municipios que integran el estado solamente 14 tuvieron a una mujer, lo que equivale a una representación de 6.4 %.

	Gobierno Estatal	Gobierno Municipal
Querétaro	X	El estado experimentó un crecimiento exponencial en el número de mujeres que resultaron electas como Presidentas Municipales, pasando de 2 (11.1 %) en los comicios de 2012, a 8, en 2015, lo que, considerando que el estado tiene 18 municipios, corresponde a 44.4 % del total.
Quintana Roo	X	El estado no tuvo en el periodo anterior (2013-2016) ninguna Presidenta Municipal. En la elección de 2016, 5 de los 11 municipios eligieron a una mujer para encabezar el Ayuntamiento, lo cual implicó un incremento sustancial, ya que, con este número, se alcanzó el 45.4 % de representación de mujeres en el ámbito municipal.
San Luis Potosí	X	De los 58 municipios que integran el estado, para el periodo 2012-2015 solamente 6 tenían como cabeza del Ayuntamiento a una mujer, lo que representa 10.3 %. Este porcentaje bajó a menos de la mitad en las elecciones de 2015, dado que únicamente resultaron elegidas 3 mujeres como Presidentas Municipales para el periodo 2015-2018; esto es, 5.1 % del total.
Sinaloa	X	El buen resultado obtenido en el porcentaje de diputadas sin embargo no se replicó en el ámbito de los gobiernos municipales, ya que de un total de 18 municipios solo 5 mujeres resultaron electas como alcaldesas representando un 27.7 %.
Sonora	Resultó electa una mujer al cargo de gobernadora, siendo la primera en ostentar este cargo en su entidad y actualmente la única titular del ejecutivo estatal a nivel nacional.	Sólo 9 mujeres de un total de 72 municipios representando 12.5 % resultaron electas.

	Gobierno Estatal	Gobierno Municipal
Tabasco	X	El estado tuvo en el periodo anterior (2012-2015) únicamente una mujer como cabeza del Ayuntamiento, lo que equivale a 5.9 %. En la elección de 2015, 4 mujeres fueron electas como Presidentas Municipales de un total de 17, quedando Tabasco con una representación de 23.5 % de municipios encabezados por mujeres.
Tamaulipas	X	El estado tuvo en el periodo anterior (2013-2016) 6 Presidentas Municipales, lo que representa 13.9 %. Este porcentaje se vio ampliamente superado en las elecciones de 2016, donde 17 mujeres resultaron electas para dicho cargo. Considerando que el estado se compone de 43 municipios, ese número corresponde a 39.5 % del total.
Tlaxcala	Beatriz Paredes Rangel gobernadora de 1987 a 1992.	El estado tuvo en el periodo anterior (2013-2016) únicamente dos alcaldesas, del total de 60 municipios. En la elección de 2016, hubo un incremento, al lograrse que 6 mujeres fueran electas para encabezar alcaldías, generando una representación del 10 %.
Veracruz	X	El estado tuvo en el periodo anterior (2013-2017) 26 presidencias municipales encabezadas por mujeres, lo que representó un 12.2 % de Ayuntamientos presididos por mujeres. En la elección de 2017, de acuerdo con resultados preliminares, 57 mujeres fueron electas como Presidentas Municipales, lo que equivale a un 26.8 % del total de los 212 municipios.
Yucatán	De 1991 a 1993, Dulce María Sauri ocupó el cargo como Gobernadora interina y en el periodo 2007-2012 Ivonne Aracelly. Ortega Pacheco, como Gobernadora electa	El estado tuvo en el periodo anterior (2012-2015) 19.8 % de municipios encabezados por mujeres (21 de un total de 106 ayuntamientos). En la elección de 2015, sólo 8 mujeres fueron electa como Presidentas Municipales, lo cual representa un porcentaje de 7.55 % de Ayuntamientos encabezados por mujeres.

	Gobierno Estatal	Gobierno Municipal
Zacatecas	Zacatecas es uno de los seis estados del país que ha tenido una mujer al frente del Ejecutivo estatal. Amalia García Medina gobernó la entidad de 2004 a 2010.	La participación de las mujeres en el ejecutivo municipal también experimentó un incremento con respecto al 2013, donde únicamente una mujer fue elegida como Presidenta Municipal. Considerando que en el estado hay 58 municipios, esto representaba apenas 1.7 %. En 2016, en cambio, 16 municipios tuvieron como cabeza del Ayuntamiento a una mujer, lo que supone un porcentaje de 27.5.

X: no ha tenido participación la mujer (en el rubro marcado), en algún momento de la historia política del estado.

Fuente: "Participación política electoral de las mujeres en las 32 entidades federativas". (Noviembre 2017) Investigación realizada por Blanca Olivia Peña y Teresa Hevia con la Coordinación general de contenidos por Natalia Calero. Resultado del convenio de colaboración entre el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) y ONU Mujeres, en noviembre de 2017.

Sin dejar de mencionar que no solo es víctima de la violencia de género, del acoso, el regateo y condicionamiento de candidaturas, sino de la misma violencia física que ha llevado hasta la muerte de precandidatas, candidatas y funcionarias.[Febrero 2018] asesinaron a la aspirante del PRD a una diputación local, Antonia Jaimes Moctezuma, en Chilapa de Álvarez, Guerrero y después mataron a la precandidata del PRI, Dulce Rebajo Pedro, sin olvidar el artero crimen de la alcaldesa de Temixco, Morelos, Gisela Mota que el mismo día que asumió el cargo fue acribillada en enero del 2016, por mencionar algunos casos. (Méndez, 2018)

Las mujeres que han sido candidatas por la Presidencia de México son: Rosario Ibarra Piedra (1982), Cecilia Soto y Marcela Lombardo (1994), Patricia Mercado (2006), Josefina Vázquez Mota (2012), y Margarita Zavala (2018, quien desertó a su candidatura en la contienda), y éste mismo año María de Jesús Patricio Martínez, vocera del *Consejo Indígena de Gobierno*, se postuló como candidata

independiente pero no logró reunir las firmas necesarias que el *Instituto Nacional Electoral* pedía para aparecer en la boleta electoral.

En todos los periodos y estratos sociales, la participación femenina ha sido vital para el sustento y continuidad de sus comunidades, aunque esta no fuese debidamente reconocida. La participación de hombres y mujeres en todos los ámbitos es importante y si una de estas participaciones no existiera o se le diera un peso menor (que es lo que pasa con las mujeres en México de acuerdo a las muchas cifras que hay actualmente), está incompleta y por ende nunca se podrá formar una sociedad con la igualdad ni la equidad que ésta pueda llevar, por lo tanto, nunca existirá un país democrático.

CAPÍTULO II LA MUJER MEXICANA EN LOS MEDIOS MASIVOS DE INFORMACIÓN

El siguiente capítulo trata sobre el papel que juega la mujer en los medios masivos de comunicación mexicanos. Ser mujer y alzar la voz ante las diferentes cosas que pasan en el mundo y agregarle la visión de periodista o comunicadora, se trata de un acto de valentía y rebeldía. Esos actos, han hecho que la mujer sea escuchada, que sus pensamientos sean leídos y que sean tomados en cuenta. Sin ellos, se puede afirmar que muchos de los derechos que ahora se tienen en el país para las mujeres, no hubiesen existido.

2.1 Prensa escrita, el manifiesto de ellas

Para hablar de la mujer periodista en la prensa mexicana es importante remontarse a la aparición de estas en la labor de la imprenta pues “[...] los primeros textos impresos en México estuvieron bajo la responsabilidad comercial y legal de una mujer, Brígida Maldonado, esposa de Juan Cromberger, quien se queda a cargo del negocio después de la muerte de Cromberger” (Beltrán, 2013, p.16).

Con la señora Brígida Maldonado, se retoma el nombre de Jerónima Gutiérrez, esposa de Juan Pablos quien también era dueño, junto con Cromberger, de la primera imprenta novohispana. Esto último indicaba que además de ser socias en el negocio, también se hicieron cargo de la primera imprenta que existió en el centro de la Ciudad de México.

Después de ellas encontramos nombres de otras impresoras novohispanas como: María de Sansoric (1572-1597), Catalina del Valle (1611-1617), María de Espinosa (1612- 1615), Ana de Herrera (1625-1628), Paula de Benavides (1641-1684), Feliciano Ruiz (1675-1678), Jerónima Delgado (1683- 1696), María de Benavides (1684- 700), Gertrudis Escobar (1703-1714), Juana de

León y Mesa (1726-1747), María de Rivera (1732-1754), Teresa de Poveda (1741- 1755). (Beltrán, 2013, p.20)

En el siglo XIX, la mujer comenzó a tener participación en la prensa mexicana. Había publicaciones oficialistas, otros se encargaban del periodismo crítico y de denuncia, y por último, se abrió otro campo en donde se hacía un periodismo especializado.

La que es considerada como la primera periodista mexicana, fue María de la Soledad Leona Camila Vicario Fernández de San Salvador, más conocida como Leona Vicario, quien también destacó por su participación en la guerra de Independencia de México. “Su principal medio de expresión era la escritura, vía en la que fue una invaluable líder, y gracias a la que estableció una comunicación en clave, mediante informes publicados en el periódico “El ilustrador americano”. (Cortez, 2017, p. 30)

Conocer quién fue la primera mujer en publicar algo representa dificultad pues muchas utilizaban seudónimos, anagramas o iniciales a la hora de firmar. Lo que sí se sabe es que la inclusión de las mujeres se dio con las publicaciones de sus poemas en distintos diarios y una de las primeras en hacerlo fue Doña María Velásquez de León, quien firmaba sus obras como: *Doña M.V.L.*

“Las primeras publicaciones que se preocuparon por atraer al público femenino fueron las especializadas en literatura. Fue así como *El águila Mexicana* (1826), *Almanaque de las señoritas* (1825), y *El Iris* (1826), insertaron en sus páginas secciones para mujeres, pero escritas por hombres” (Galeana, 2015, p.158).

Luego, comenzaron a existir publicaciones donde las mujeres tenían participación activa como escritoras e incluso fundadoras o directoras, por ejemplo: en la *Gaceta de México* (1805), con participación de Josefa Elvira Rojas y Rocha; *El ilustrador Americano* (1814), con participación de Leona Vicario; *Periódico Oficial de Michoacán* (1858), con participación de Esther Tapia de Castellanos; *La semana de las señoritas mejicana* (1851), y la participación de Margarita Montalvo; *La palmera*

del Valle (1888) fundada por María Refugio Barragán de Toscano; *La Siempreviva* (1870) fundado por Rita Rosaura Cetina Gutiérrez, Cristina Farfán y Gertrudis Tenorio Zavala; *El Recreo del Hogar* (1871) fundado por Cristina Farfán; entre otras. (Decimonónicas, 2016)

La fundación de estas publicaciones permite suponer que ya empezaba a conformarse en nuestro país un público femenino que gustaba de descubrirse en las páginas de estos seminarios, que se identificaba y podía hacer suyo el espacio al animarse a publicar. Sin duda, muchos de los periodistas de finales del siglo XIX motivaron a sus compañeras de generación a escribir y a publicar. [...] Un caso fue Manuel Acuña, pues cuando fundó la revista *El Búcaro*. Decidió que una mujer fuera la directora, la poeta Ángela Lozano. A partir de ese momento, comenzaron a surgir algunas publicaciones periodísticas de verdadera trascendencia, dirigidas por señoras, donde escribían crónicas, cuestiones históricas, literarias y científicas. Entre ellas recuperaremos el perfil de *Las Hijas del Anáhuac* (1873), *El álbum de la mujer* (1883-1890), *El correo de las señoras* (1883-1894) y *Violetas del Anáhuac* (1887-1889). (Galeana, 2015, p.160)

Las siguientes descripciones sobre los periódicos *Las Hijas del Anáhuac*, *El álbum de la mujer* y *El correo de las señoras*, se basaron en la conferencia *Curso historia de las mujeres en México*, impartida por Elvira Hernández Carballido (2015).

Fundada en la escuela de *Artes y Oficios para mujeres*, quienes impartían la materia de "impresión", *Las Hijas del Anáhuac* surgió un 19 de Octubre 1873 con la directora Ángela Lozano, y la redactora en jefe, Concepción García y Ontiveros. La publicación que culmina rápidamente (18 de enero de 1874), constaba únicamente de 4 páginas, la suscripción era de 4 centavos al mes y algo que llamó mucho la atención de las publicaciones era que se firmaban con seudónimos de nombres de mujeres prehispánicas.

Diez años después, en septiembre de 1883, aparece *El álbum de la mujer* (dura 7 años en circulación), su directora era Concepción Gimeno de Flaquer, nacida en

España. La publicación constaba de 16 páginas (durante su trayecto se redujo a 8), costaba 25 centavos el ejemplar y su suscripción mensual era de 1 peso. Entre sus secciones tenían crónicas, poemas, novelas, sección de moda, e incluso llegaron a tener una en donde hablaban sobre los defectos de los hombres que a ellas no les gustaban.

El correo de las señoras, (1883- 1893) es la única publicación del siglo XIX que duró 10 años. Escrito por José Adrián M. Rico quien murió y heredó el periódico a su viuda Mariana Jiménez, constaba de 16 páginas y en ellas había artículos dedicados a discutir sobre temas como la educación de la mujer, moda, poemas y novelas, economía doméstica, bordados y costura, etc., haciendo de ésta un periódico “conservador”.

Laureana Wright, mencionó en su texto *La mujer perfecta* que a pesar de todo lo que se vivía en el siglo XIX, había mujeres con un pensamiento crítico. Describía que ellas empezaban a cuestionarse sobre la forma en la que vivían y las diferencias o desigualdades que existían.

[*La mujer perfecta*] Lo mismo que se le priva del libro, del telescopio y del botiquín, se le priva de la cámara fotográfica, del burrel y de la vara de medir, quedándoles solo como representación humana la maternidad, como representación social la subyugación ante el hombre, como elementos de distracción y de trabajo el tocador, la aguja, la cocina. Delante de tal desequilibrio y de tanta usurpación, la mujer perfecta, hasta donde puede serlo nuestra raza, será la que tomándose los derechos y los recursos que indebidamente se le niegan, se levante de la inutilidad en que vegeta, la que sea digna de las altas misiones a que puede hallarse obligada, la que sea capaz de dirigir por si sola al puerto de salvación la frágil embarcación de su porvenir, la que lo mismo sepa ser esposa que socia; mecer la cuna del tierno infante y educar el párvulo, que formar al adulto conforme a la razón y a la ciencia; la que lo mismo sepa invertir el capital del marido según la profesión u oficio que posea, y la que, en fin, extendiendo la alegría, la moral y la virtud del hogar a la sociedad entera, lo mismo sepa dar lucimiento a una soiré con distinción y

gracia, que asistir a una asociación filantrópica, mutualista, progresista o cívica. ¿Qué necesita la mujer para llegar a esta perfección? Fuerza de voluntad, valor moral, amor a la instrucción y sobre todo, amor a sí misma y a su sexo para trabajar por él, para rescatarle de los últimos restos de la esclavitud que por inercia conserva. (Wright, 1892, como se citó por Pasquali, 2012, p. 22-23)

Surgió la publicación de *Violetas del Anáhuac* con una circulación solamente de 2 años (4 de diciembre 1887 hasta el 24 de junio de 1889), cuya dirección estuvo a cargo de Laureana Wright de Kleinhans sólo por 1 año y 8 meses pues debido a una enfermedad fallece y la dirección queda a cargo (por los últimos 4 meses), de Mateana Munguía de Aveleyra. Con 12 páginas y un precio de 75 centavos, incluía crónicas, ensayos, artículos, poesía, novelas y semblanzas de mujeres importantes de su época; todas escritas por mujeres colaboradoras (Hernández, 2015).

Coincidieron en opinar que las mujeres mexicanas del siglo XIX necesitaban instruirse para acabar con la duda y la indiferencia que había caracterizado sus vidas. Su propuesta era original y quizá transgresora para la época aunque siempre la planteaban con discreción y prudencia: 'No pedimos imposibles ni exigimos al hombre en la sombría tragedia de la lucha el cumplimiento de su cristiana misión. No, no venimos a combatir. Pacíficas, como reclama la sensatez del juicio sólo les pedimos el esfuerzo bizarro de su razón y el consejo profético de su experiencia para que siempre nos ayuden a romper el antro tenebroso, la noche oscura de la ignorancia, llevándonos de la mano a ese magnífico Jordán que regenera el espíritu y conduce a la felicidad.' (*Violetas del Anáhuac*, 1889, como se citó en Pasquali, 2012, p. 25)

El periodismo del siglo XX en México, se caracterizaba por cuatro aspectos:

[...]Uno, la prensa oficial comprometida absolutamente con el gobierno de Porfirio Díaz; dos, periodistas críticos perseguidos, encarcelados y asesinados por órdenes de la dictadura porfirista; tres, periódicos con líneas editoriales identificadas abiertamente con un caudillo revolucionario y, cuatro, un periodismo especializado que abordaba una gran variedad de temáticas que

hacía posible satisfacer los gustos de diversos y variados públicos, entre ellos las mujeres[...]El periodismo oficial fue representado por *El Imparcial* que nació bajo la protección Don Porfirio Díaz [...] *El Tiempo*, *El Diario del Hogar*, *Monitor Democrático*, *El Antirreeleccionista*, *El Constitucional* y *Regeneración*, entre otros, fueron diarios que se caracterizaron por representar importantes medios de difusión y crítica contra el sistema porfirista[...]Entre ellos estuvieron los hermanos Flores Magón y Filomeno Mata. Mientras que en los casos femeninos las fundadoras de *Vésper*, Elisa Acuña y Juana Gutiérrez de Mendoza, sufrieron agresiones y encarcelamientos. (Hernández y Hernández, 2019, p.103)

Surge una publicación llamada *La mujer Mexicana*, la dirección la llevaban varias mujeres como: Dolores Correa de Zapata, Luz viuda de Herrera, Laura Méndez de Cuenca y Antonia Urzúa. Tenía 12 páginas, costaba 25 centavos y no tenía secciones fijas pero se veían una gran variedad de artículos, ensayos, recetas, y mucha publicidad. Doña Concepción Gimeno, llega a participar y menciona el término feminismo donde se cuestiona si la mujer perderá con el feminismo sus cualidades para el hogar y termina por negarlo. Otras compañeras quienes también se preguntan sobre el tema y lo que entienden del término, comienzan a reconocer que ellas quieren ser compañeras intelectuales, quieren estar con ellos compartiendo los espacios, y eso que llaman feminismo es la posibilidad de entrar en un espacio de igualdad (Hernández, 2015).

Para septiembre de 1915, se creó otra publicación que duró 4 años dirigida por Hermila Galindo llamada: *La mujer Moderna*. Galindo fue una promotora muy importante del feminismo y en sus páginas se leían temas que hablaban sobre la educación sexual, la defensa de la educación laica, el sufragio para la mujer mexicana e incluso textos sobre la igualdad entre hombres y mujeres.

En la Revolución Mexicana, con la constitución de 1917, vinieron cambios importantes. Aunque la mujer no era aún reconocida como ciudadana, la vida ya era más participativa para ella. Por ejemplo, se reconocen otras mujeres con ideas feministas: Elena Torres Cuéllar, Elvia Carrillo Puerto, Rosa Torre González, Florinda Lazos León, María del Refugio García Martínez, entre otras.

"Entre 1915 y 1920 ellas colaboraron o editaron publicaciones en cuyas páginas prosiguieron el debate sobre los derechos de las mujeres iniciado desde finales del siglo XIX, crearon sociedades feministas y llevaron a cabo la realización de dos congresos en Mérida, Yucatán" (Galeana, 2015, p. 217).

Si bien durante la época del llamado México Pos revolucionario, el perfil de la periodista asalariada empezó a transformarse. Un primer paso fue la creación del tipo de la periodista multiforme, que además de serlo, era frecuentemente escritora, poetisa, novelista o autora teatral, maestra, oradora y funcionaria. Así un buen número de mujeres comenzó a redactar en los diarios de prestigio como *El Universal* y *Excélsior*, de tal manera que durante la década de los años veinte, son conocidos los nombres de Edelmira Zúñiga, María Luisa Roos, Virginia Huerta, María Antonieta Rivas Mercado y Adelina Zendejas. (Hernández y Hernández, 2019, p.114)

En 1921, surgió otra publicación fundada por una mujer llamada Julia Nava de Ruisánchez: *La mujer Mexicana, Órgano del consejo feminista mexicano*, y para 1926, otra llamada *Mujer, periódico independiente para la elevación moral e intelectual de la mujer*, la cual empezó a circular en enero bajo la dirección de María Ríos Cárdenas, esta publicación mensual se pronunciaba a favor del feminismo (Cano, 2017).

Continuando, Adelina Zendejas, es considerada una de las primeras reporteras mexicanas. Ella nació en Toluca (1909), y desde muy pequeña tuvo interés por el estudio. Cuando llegó en 1923 a la Ciudad de México, entró al *Colegio de San Idelfonso* y culminó sus estudios en la *Universidad Nacional Autónoma de México*, desviando la primera carrera que quería (medicina), a *Literatura y Ciencias de la Educación* en la facultad de *Filosofía*. Publicó varios libros y folletos, y se dedicó a ser periodista, editorialista, columnista y reportera en distintos periódicos y revistas.

A Zendejas, junto con otras reporteras como Magdalena Mondragón y Esperanza Velázquez Bringas, se reconoce a Elvira Vargas, quien nació el 28 de diciembre de 1908 en Michoacán y llegó a la Ciudad de México en 1920.

[Elvira Vargas, en 1929] Como estudiante de preparatoria (máximo grado que logró por cuestiones económicas), asumió una ideología vasconcelista que la llevó a cuestionar desde la izquierda el quehacer cotidiano, especialmente de los trabajadores petroleros, y la realidad de las condiciones de las y los indígenas de Chiapas [63 años antes de la aparición del EZLN]. (Maraboto, 2014, párr. 5)

Elvira, Adelina Zendejas, Elena Torres, Antonieta Rivas Mercado, Luz Vera y otras más, se unieron a la campaña por la presidencia de José Vasconcelos quien fue postulado por el Partido Antirreeleccionista y prometía dar el voto a la mujer.

Esperanza Velázquez Bringas, Elvira Vargas y Magdalena Mondragón permitieron que algunas mujeres invadieran los espacios periodísticos con seguridad en la década de los treinta y esto se logró gracias a tres cosas:

[1] En nuestro país se fueron creando condiciones para que las mujeres entraran al llamado del mundo exterior, tan vedado en otras épocas. El México pos revolucionario tuvo gobernantes interesados en la reconstrucción nacional y reconocieron la importancia de la ayuda femenina. Surgieron grupos de mujeres con gran fuerza y bien organizados. [2] La posibilidad de acceder al estudio. Aunque la gran mayoría lo tuvo sólo en el magistrado fue suficiente para que algunas lograran tener acceso a otras áreas, entre ellas el periodismo. [3] Dentro de este contexto se formaron diferentes identidades femeninas que permitieron a las mujeres hacer público su talento, demostrar carácter e incidir en la sociedad apelando en su calidad de sujetos históricos. (Hernández y Hernández, 2010, p. 116)

En el mundo se sufría para los años 40 una guerra y México necesitaba estabilidad. Pero ¿Qué pasaba con las mujeres? “Mejor quédense en su casa”, decían los hombres; ‘Si puedes, ¡cásate!’, se oía la voz de una mujer en una tribuna de prensa, como respuesta a la angustiada carta de una lectora que pedía consejo ante el acoso sexual de su jefe” (Abreu, 2017, p.108).

[1944] La aparición de las escuelas de periodismo dio un giro profesionalizante al quehacer de los medios sin que esto significara que los veteranos reporteros hechos en las salas de redacción fueran desplazados automáticamente. Hubieron de pasar décadas para que los egresados y egresadas de periodismo de las aulas universitarias comprendieran y ejercieran con toda plenitud el ancho y complejo mundo del periodismo. La Universidad Femenina, creada en 1943 por Adela Formoso de Obregón Santacilia fue pionera en ofrecer a mujeres la carrera de Periodismo a nivel técnico y universitario. La Escuela de Periodismo “Carlos Septién García”, fundada en 1949, fue un semillero de hombres y mujeres que destacarían en el medio periodístico. Más adelante la UNAM, a través de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, ofreció en 1951 la licenciatura en Periodismo. Posteriormente entraría al escenario la carrera de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Iberoamericana. (Valles, 2010, p.10)

Continuando con la década de los 50 del siglo XX, surge otro nombre que resalta y es el de Marcelina Galindo Arce, quien a los 26 años decide vivir en la Ciudad de México e inicia su carrera de periodismo (en la revista *Así*), como reportera, cuyo camino profesional da un giro cuando cubre las campañas presidenciales de Miguel Alemán Valdés y Adolfo Ruiz Cortines.

Marcelina, suma a su trayectoria, ser una de las primeras mujeres en la historia de México en ser elegida diputada federal en la XLIII legislatura representando a Chiapas junto con otras cuatro mujeres: Margarita García Flores, por Nuevo León; Remedios Albertina Ezeta, por el Estado de México; Guadalupe Urzúa Flores, por Jalisco.

[Marcelina Galindo Arce] En 1958, cuando resultó senadora electa, funda la revista *Mujeres: Expresión Femenina*, con el propósito de dar a conocer los logros de los derechos de las mexicanas, la cual se mantuvo por 24 años (1958-1982). Esta publicación, cuyo lema por más de 16 años fue ‘Expresión de la mujer mexicana sin prejuicios ni banderías’, se caracterizó por sus peticiones a los funcionarios públicos en una época donde las protestas sociales eran

recurrentes. Promovían la organización femenina, en las columnas de 'Editorial' y 'Cartas a...', su directora exaltaba el aspecto político o criticaba la labor de algún funcionario, con el objeto de orientar a la opinión pública. (Senadoras de México 1958-2012, 2013, p. 27)

En 1963, surge *El Día*. Su fundador Enrique Ramírez y Ramírez, dio oportunidad de poder ejercer su labor como periodistas y reporteras a muchas mujeres, por ejemplo a: "Rosa María Valles, Teresa Gurza, Ernestina Hernández, Paz Muñoz, Sara Moirón, Socorro Díaz, Sara Lovera, entre otras" (Hernández y Hernández, 2019, p.119).

En otros periódicos de la época como *El Universal*, *Excélsior* o *El Nacional*, eran pocas las mujeres que tenían a su cargo "fuentes" de información política, aunque ya habían logrado pasar de las secciones de sociales a las culturales. En este ámbito pueden considerarse pioneras a Ana Cecilia Treviño Bambi, Guadalupe Appendini, Noemí Atamoros, Concepción Solana, Gloria Salas de Calderón, Blanca Haro, Isabel de la Mora, Alaide Foppa, Olga Harmony, Lorenza Martínez Sotomayor, Luz María T. de Hernández, Perla Schwartz, Norma Pastrana, Helen Krauze, Anilú Elías, Raquel Tibol, entre otras. (Valles, 2006, p.140)

No es hasta la década de los 70 cuando, con toda la ola del feminismo, las mujeres comienzan a destacar en la prensa escrita, pues son éstas las que se van abriendo camino haciendo y fundando sus propios medios. Una de las muchas periodistas que destacan de esta década es Irma Fuentes.

La convicción de que el trabajo periodístico 'serio' sólo lo hacían los hombres llevó a Irma Fuentes, reportera de *Novedades*, a adoptar actitudes drásticas. [...] cuando ella comenzó a conseguir entrevistas importantes (era el final de los sesenta y el inicio del sexenio del presidente Echeverría) no faltó quien le dijera que eso no lo podía hacer porque era mujer. [...] a partir de entonces [decidió] vestirse como hombre y demandar que la trataran 'como a un periodista' [...]

“No quiero que me traten como a una dama, quiero que me traten como a un periodista”. Esta frase indicaba el peso del contexto social de aquella época, las reglas del juego aceptadas, la aceptación de la propia Fuentes de que “una dama” no podía actuar como un periodista. (Valles, 2006, p.142)

Para 1976, surge el *Premio Nacional de Periodismo*, donde las mujeres que lo ganaron fueron: por cultura, Socorro Díaz en 1977; entrevista, Elena Poniatowska en 1978; reportaje, Teresa Gurza en 1979; noticia, Rita Ganem en 1980; Ana Cecilia Treviño también en 1980; Alejandra Xanic von Bertrab en 1992, etc.

Durante los ochenta la presencia femenina crece en las carreras de periodismo y en los espacios de la prensa. En la mayoría de los diarios las mujeres cubren la gran variedad de fuentes informativas, desde conflictos bélicos hasta deportes. Destacan los nombres de Blanche Petrich, Clara Guadalupe García, Rosa Rojas y Sara Lovera, todas del periódico *La Jornada*, que surge en ese lapso. En los periódicos de gran tradición como *Excélsior* escriben Lourdes Galaz, Martha Anaya y Adelina Zendejas, que por la calidad de sus trabajos obtuvieron el máximo galardón que otorga México a los periodistas. En el diario *Esto*, exclusivo de deportes, también escriben mujeres, entre ellas Rosalinda Coronado. Pese a la apertura, las periodistas con una larga trayectoria advierten todavía obstáculos, falta de reconocimiento, prejuicios y serias carencias. (*La historia de la prensa en México desde la perspectiva de género*, p.90)

Ya para la década de los noventa aparece la revista feminista *Doble Jornada* en 1987 dentro de la edición normal del diario *La Jornada*. Para 1998, cambia su nombre a *Triple Jornada* pero su propuesta, que era mostrar la condición social de las mujeres con “una apuesta periodística profesional y usando las reglas del juego de la comunicación comercial”, seguía (*Las mujeres y los medios de comunicación*, 2019, p.11).

En el periodismo del siglo XXI, se tienen diversos acuerdos donde la libertad de expresión es fundamental. Este tema es necesario porque es una de las principales

esencias de todas las luchas que la mujer ha tenido para que esta entrara al mundo del periodismo.

Por ejemplo, a lo largo de los años se obtuvo en la Declaración Universal de los Derechos Humanos la proclamación del *Artículo 19*°, donde habla del derecho a la libertad de expresión indicando que: “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión” (La declaración Derechos Humanos, 1948).

En 1987, surge *Artículo 19*, una organización que se ha dedicado a defender la libertad de expresión y el derecho a la información. Toma su nombre debido al *Artículo 19*° de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y cuya sede se encuentra en Londres. A este proyecto se ha sumado diferentes países, entre ellos México.

En nuestro país, en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, tenemos el *Artículo 6*° y *7*°, estos nos hablan sobre la libertad de expresión; el libre acceso y difusión de la información; agregando que es inviolable la libertad de difundir opiniones, información e ideas; y que ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni coartar la libertad de difusión. Aunque en el *Artículo 6*° también dice que: “La ley establecerá aquella información que se considere reservada o confidencial” (Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, p.11).

Puede que estos acuerdos mencionados hagan que en el siglo XXI, la participación de las mujeres sea mayor en el campo periodístico pero también es cierto que aún siguen existiendo miles de trabas para ellas. En cuanto al tema de desigualdad de género aún falta mucho por conseguir, hablando específicamente del periodismo. Esto es notorio cuando se analiza el puesto que ocupa la mujer dentro de las redacciones.

De acuerdo a Fernández (2010), monitoreos hechos por la red de periodistas *Comunicación e Información de la Mujer* (CIMAC) en el 2003, destacan que las mujeres escriben el 30 % frente al 45 % de los hombres, el porcentaje restante son registradas por las agencias de noticias o por los mismos medios y por ende el género no se publica.

Independientemente del género, la práctica de ser periodista en México se ha vuelto un peligro. En el país existe un colectivo independiente llamado: *Reporteras en guardia*, este consta de más de 100 periodistas, editoras, y realizadoras de 24 estados del país cuyo objetivo es poner su mirada en las consecuencias de los asesinatos y desapariciones de los periodistas en México, mostrando en su página web (mataranadie.com) un memorial a todos ellos (hombres y mujeres) con su foto y descripción, abarcando los hechos desde el año 2000.

México sigue siendo el país más peligroso para ejercer el periodismo en América Latina y los niveles de violencia a los que se enfrentan quienes buscan informar son sólo comparables con aquellos países en situación de guerra declarada, como Siria. Así, en 2017 documentamos 507 agresiones contra periodistas y 12 asesinatos. A lo largo del sexenio de Enrique Peña Nieto (2012-2018) se han registrado 1,986 agresiones [y] se han asesinado 41 periodistas [...] el sexenio de Vicente Fox (2000-2006) cuenta con 22 periodistas muertos, y en el de Felipe Calderón (2006- 2012) fueron 48. (Democracia simulada, Nada que aplaudir, 2017, p.20)

Otro rubro del periodismo en México afectado es el ejercido por etnias o también llamado *periodismo indígena*, quienes han tenido que dar un giro a los medios masivos de comunicación y adaptarlos a sus necesidades, esto puede deberse a distintas razones.

En la encuesta, *En México, ser indígena representa discriminación, marginación y pobreza*, la mayor desventaja de ser indígena en México es la discriminación según el 43.2 %, junto con la marginación y la pobreza con el 21.6 %, y la exclusión y el analfabetismo, con 5.8 % y 4.3 %, respectivamente (Gutiérrez, 2016).

En cuanto a prensa escrita en las comunidades indígenas del país, se obtiene muy poca información y esta puede deberse a las variadas publicaciones y poca duración que tienen en las vastas comunidades con etnias indígenas que existen en la actualidad, además de la inexistencia de un control en conteo de estas.

[...]Mientras que las radios comunitarias y la producción audiovisual parecen encaminarse a su auge en las comunidades indígenas, la comunicación escrita avanza con menos velocidad. [...] existen otras publicaciones periódicas de corta duración que surgen cada vez con mayor frecuencia y seguramente habrá muchísimas que no conozca y que han surgido como una iniciativa dentro de las comunidades indígenas. Sin embargo, casi todas comparten el hecho de que son publicaciones bilingües; mientras que la mayoría de las publicaciones periódicas en español son monolingües, la prensa en lenguas indígenas aún parece necesitar del español mediante páginas espejo. Esta situación me parece que evidencia que la apropiación de la prensa escrita como medio de comunicación implica un esfuerzo impresionante: crear lectores en lenguas indígenas. (E'px Yásnaya, 2013, párr. 8)

Partiendo de la premisa de la anterior investigadora sobre crear lectores en lenguas indígenas, se infiere que otra de las grandes razones por las que este medio no ha entrado en auge es por el analfabetismo que existe en México que, de acuerdo con el artículo *Analfabetismo en México: una deuda Social*, existen 5.4 millones de personas en México que aún no saben escribir y esto afecta directamente a viejos, mujeres y comunidades indígenas (Narro y Moctezuma, 2012).

Un gran acontecimiento de la actualidad se dio en el 2016 cuando surgió *Notimia*, siendo esta la primera agencia de noticias en América Latina creada con aproximadamente 300 comunicadoras indígenas y afrodescendientes con la colaboración de *Mujeres Indígenas de Centro América y México*. Entre sus objetivos se encuentran informar y formar comunicadoras en pueblos indígenas y afrodescendientes; visibilizar el pensamiento indígena y el liderazgo de la mujer; y transmitir información a medios propios comunitarios, locales y nacionales sobre los pueblos y mujeres indígenas.

La historia de la mujer en la prensa escrita es difícil de redactar por las lagunas históricas que presenta y lo poco importante que ha resultado para muchos investigadores. El breve recorrido es solo la superficie de la basta información que se podría obtener, pero también, estos hechos importantes significan el reforzamiento y la base a una historia de género que sí existe en el periodismo y que, aunque todavía se interponga la frase “aún falta mucho”, nunca se restará la importancia del trabajo de todas ellas.

2.2 La radio, escuchar su voz

Es casi imposible ignorar que la mayoría de los periodistas (mujeres y hombres) que iniciaron en la prensa siguieron su carrera en la radio y de ahí la televisión. Esto se sostiene porque en aquel entonces cuando apenas iniciaba la popularidad de estos dos (radio y televisión), la prensa escrita era el medio masivo de comunicación por excelencia y eran ellos mismos (los diarios), quienes patrocinaban o formaban un programa en radio, en televisión o en ambos.

La radio, surge en el siglo XX en la década de los 20's con su establecimiento en México. Al inicio, la programación eran transmisiones de los gobiernos y después surgieron las radiodifusoras que contenían algunas noticias, el clima, la hora, y música en vivo en donde, en éste último rubro, podemos ver las primeras intervenciones de mujeres como cantantes.

Actualmente, la radio sigue siendo un medio masivo en México pues el porcentaje de personas mexicanas que aún la escuchan es del 38 %; el 56 % aún lo hace a través de un estéreo o grabadora; y la audiencia, tiende a escuchar mayor programación musical (76 %), siguiéndole los noticiarios con un 35 % (Encuesta Nacional de Consumos Audiovisuales, 2017, p. 25).

Para que las mujeres empezaran a sobresalir en el ámbito periodístico tuvo que pasar tiempo desde la creación de este nuevo medio. Al inicio solo tenían pequeñas secciones en donde hablaban del cuidado del hogar, recitaban poesía, rutinas de

ejercicio, el cuidado de higiene, belleza y algunas intervenciones en mensajes publicitarios como voz oficial.

Se observa también el papel de las mujeres actrices de la época, quienes comenzaron a participar en las *radionovelas* (historias contadas a través de la radio), prestando la voz a diversos personajes y después, incursionando en la televisión con las *telenovelas*.

En la realización de la siguiente tabla, se identifican algunos sucesos importantes del medio de comunicación donde tuvieron que ver mujeres, sus nombres y su función en la radio informativa.

CUADRO 3. Mujeres en la radio

Nombre	Programa/ emisora	Año	Papel
María Luisa Ross Landa	CZE la emisora de la SEP	1921	Primera mujer en ocupar un cargo directivo
María de la Luz Lafarja	Acción Social Femenina	n. d.	Encomienda de transmisión
Nelly Mulley	Excélsior	1932	Nelly Mulley
Carmina	XEB Programa para Hoy	1933	Locutora "Hora de las familias"
Catalina D'Erzell	XEW	1935	Charlista
Mercedes Leal	XEFO Radio Nacional	1935	"El Kindergarten de Mercedes Leal"
Josefina Moreno	XEFO Radio Nacional	1935	Dirección de "cuadro dramático"
Carmen Madrigal	XEFO Radio Nacional	1935	"La charla de Carmen Madrigal que usted siempre espera, señora!"
Emma Palmer	XEMX	1938	n.d.
Inicio de las radionovelas 1940			
Luz María Durán	XEUN UNAM	40's aprox	"La mujer y la cultura"
Rasa Seldi	Radio Gobernación	n. d.	Programas con temas del papel de la mujer ante el conflicto bélico mundial.

Nombre	Programa/ emisora	Año	Papel
Carmen de Alba	XEW Y XEQ más 45 estaciones del interior del país	1942-1943	Con formación académica cosmopolita y voz cariñosa, ponderada, severa pero cordial, quien solía entrevistar a esposas de cónsules y funcionarios norteamericanos de México. “La voz de Carmen de Alba”
Amalia González Caballero de Castillo Lendón	Radio Mil	1943	Aparte de ser delegada de la Organización de las Naciones Unidas, participó en la Revista Femenina al Aire
Consuelo Colón	XEQ	1946	Fundadora y colaboradora de “El Club de las Mujeres” de El Universal Gráfico y del espacio ¿Qué opina usted?
En Septiembre de 1946 se constituyó la Asociación Interamericana de Radiodifusoras (AIR), quien trazó las líneas de acción que debían seguir las emisoras comerciales.			
En 1951, se constituía la Asociación Nacional de Locutores (no incluía a alguna mujer)			
1952: XHFM Radio Joya surge como primera estación de Frecuencia Modulada (FM) del país			
En 1952 se inaugura “Radio Femenina” XEMX con diversas colaboradoras por ejemplo: Susana Castaneira, Cuca Escobar, Teresa Escobar Rhode “Coralito Perrín”, María del Carmen Feria, Rosa Elvira Cano, Socorro Peñaloza, Sofía Chener, Dolores Guzmán, Adelea Vázquez, las hermanas Muñoz Ledo, Mimí Bechelani, Magdalena Ruvalcaba, Mery Barquín, Josefina Maldonado, Nelly Saldivar, Xóchitl Stella como la voz oficial de la emisora, etc.			
Guillermina Llach	XEW	1955	Voz de “La hora Nacional”
Radio Femenina se transforma en Radio Eco en 1959			
Pita Amor	Radio UNAM	50 ‘s	“Diálogos con Pita Amor”
Raquel Tibol	Radio UNAM	1955-1956	“Índice de Críticos”
La XEW anuncia el programa “Doctora Corazón” con Gloria Iturbide en 1958			
1960 “Una nueva Ley de Radio y Televisión en la que se decretaría que ningún contenido podía ofender la moral y las buenas costumbres. Se prohibía el lenguaje soez, la apología de la violencia y el ataque a las instituciones”			
Alicia Rodríguez	XEFO Radio Triunfadora	1968	Locutora

Nombre	Programa/ emisora	Año	Papel
Margarita García Flores	Radio UNAM	1969-1985	Conductora de “Diálogos” y quien se destacó por sus entrevistas a importantes personajes.
Otras voces en Radio UNAM: Flora Botton Burlá, Aurora Molina, Ana Ofelia Murguía, Pilar Orraca, Carmina Martínez, Pina Pellicer, Nancy Cárdenas, Elena Poniatowska, Pita Amor, Margo Glantz, Irene Vásquez de Warman, Lilian Mendelssohn, Margarita García Flores, Socorro Avelar, etc.			
Radio UNAM hace en 1972 “Foro de la mujer”			
Raquel Tibol	Radio UNAM	1976	Museos en el aire
Radio Educación “La causa de las mujeres” de 1982			
1983 Se crea el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), incluir a mujeres en sus programaciones a lo largo de su historia ha sido una de sus cualidades más notables.			
Diana Constable	Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación	1983	Producción de “La Hora de México”
Olga Romero Gamero	XEB	1987	Locutora
La locutora Rosalía Buaún Sánchez es la primera mujer en ocupar el cargo de presidenta de la Asociación Nacional de Locutores en 1997			

- (n.d.- no identificado)

Fuente: Elaborado con información del libro “Damas con Antifaz: Mujeres en la Radio 1920- 1960” escrito por: Abreu Rita, 2017. México: ink.

Las voces en el dial producen la ilusión de que es posible transmigrar a un mundo donde todo puede suceder: el amor, la aventura; a un sitio en el cual se puede alcanzar la belleza ideal; incluso, donde se puede pensar como lo hicieron las primeras charlistas, un espacio para compartir intimidad y secretos, capaz de seducir de tal modo, que su adicción es casi natural. La relación radio-mujer se fragua porque en su alquimia hay una buena dosis de idealismo. (Abreu, 2017, p.93)

Faltan muchas mujeres en el ámbito noticioso de esas épocas y actualmente las emisoras en México son muchas, así que sería una tarea enorme (y necesaria),

agrupar aquellos nombres de mujeres que forjan la historia en el periodismo mexicano en radio.

Es claro que los medios de comunicación son los principales creadores de los estereotipos que existen en el mundo y como base se tiene que en todos los medios de comunicación en sus comienzos, la mujer era encasillada en temas específicos de los que ellas saben por ser amas de casa. Claro que muchas han salido de “los temas de mujeres” para entrar a “los temas de hombres” pero aún, en la actualidad, existe este tipo de programación en los medios.

Datos obtenidos a partir de una investigación del Instituto Mexicano de la Radio, realizada en 1995, sugieren que la programación dirigida a mujeres continúa cargada de contenidos que reproducen los estereotipos de género, puesto que refuerzan el papel de subordinación de la mujer. De ello dan cuenta los títulos de los programas radiofónicos “Hablemos de los hombres”, “Salud y belleza”, “Las amas de casa” y “Cocina para ti”. Además, se corroboró, al escuchar la transmisión de dichos programas, que los temas abordados comparten características de banalidad y superficialidad. (Las mujeres y los medios de comunicación, 2019, p.3)

Dejando ese tema de un lado, se continúa con el del auge que tienen las radiodifusoras y la producción visual frente a la prensa escrita en comunidades indígenas.

El *Instituto Nacional Indigenista* (INI) instala en Tlapa de Comonfort, Guerrero, la estación XEZV, ‘*la voz de la montaña*’, como inicio de un ambicioso proyecto que tiene el objetivo de emplear a la radio ‘como un medio para apoyar los programas de trabajo (del INI) en las regiones interétnicas de nuestro país.’ [...] A la instalación de la XEZV sigue la de XENAC ‘*la voz de los chontales*’, en Nacajuca, Tabasco (1981); XETLA, ‘*la voz de la Mixteca*’, en Tlaxiaco, Oaxaca (1982); XEPET, ‘*la voz de los mayas*’, en Peto, Yucatán (1982); XEPUR, ‘*la voz de los Purépechas*’, en Cherán, Michoacán (1982); y XEVFS, ‘*la voz de la frontera sur*’, en Las Margaritas, Chiapas. (Mejía, 2007, p.15)

Las radios comunitarias, han jugado un papel crucial para el acceso a la información específica de sus comunidades que, de otra forma, no podrían obtener pero estas se han visto afectadas porque las concesiones no les son otorgadas, no obtienen el financiamiento suficiente; los periodistas son violentados y varias razones más.

[“Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión” promulgada por Enrique Peña Nieto, el 14 de Julio del 2014] de las radios comunitarias e indígenas [...] se les prohibió contratar publicidad de cualquier tipo, ya que supuestamente el gobierno les daría un financiamiento para su funcionamiento, para la compra de equipo y contratar a personal de base, etcétera, cosa que jamás sucedió. En cambio, el papeleo para obtener un permiso para una frecuencia se convirtió en un intencional laberinto burocrático con el claro propósito de desalentar el nacimiento de nuevas emisoras independientes. Muchas radios comunitarias se hartaron de las promesas no cumplidas y empezaron a emitir programas en sus idiomas, sin permiso. La represión llegó de inmediato y con lujo de violencia los osados comunicadores fueron encarcelados, golpeados, torturados, y el equipo decomisado o destruido. Como botón de muestra tenemos tres ataques a tres emisoras comunitarias: dos en Puebla y una en el Estado de México: *Axocotzin Radio* 104.5 FM, *Radio Zacatepec* 100.7 FM y *Radio Calentana Mexiquense* 98.1 FM. (Democracia simulada, Nada que aplaudir, 2017, p.13)

Una de las asociaciones que apoya a las radios comunitarias es *AMARC- México*, quienes hacen, “[...] intercambio, coordinación, cooperación, promoción y asesoría al servicio de las radios comunitarias de México para promover, proteger y respetar el derecho a la libertad de expresión [...] está integrada por 53 radios comunitarias, colectivos y centros de producción de 16 entidades del país: Baja California, Baja California Sur, Ciudad de México, Chiapas, Estado de México, Guerrero, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Sonora, Tabasco, Veracruz y Zacatecas” (Mujeres comunicadoras en Radios comunitarias e indígenas, 2017, p. 13-14.).

Entre los principios que ejerce *AMARC- México* se encuentra: visibilizar la labor comunicativa de la mujer en las comunidades, fomentar la participación de ésta en proyectos radiofónicos y como principio ejercer la equidad de género.

Para las mujeres, las radios comunitarias son una herramienta importante para responder a las necesidades de información y comunicación de las comunidades. Son también espacios de defensa de los derechos de la vida, la tierra, el cuerpo y el territorio, así como de la libertad de expresión. Distintas mujeres a título personal o de manera organizada, han visto en ellas la posibilidad de extender la lucha por el reconocimiento de sus derechos, de participar en la generación de opinión pública, de impulsar la diversidad de opiniones manifiestas en una sociedad y de construir ciudadanía [...] En las comunidades rurales e indígenas la mayoría de los espacios y cargos públicos siguen siendo ocupados por hombres. (González, 2017, p.15).

A pesar de que en la actualidad hay muchas fuentes de información que se pueden consultar, la historia de la mujer en la radio no es una que se haya desarrollado y plasmado en su totalidad. Al igual que en la prensa escrita, se presentan varias lagunas para poder conectar toda la información, pero también es cierto que la mujer ha estado presente en la construcción de esta.

Después de la presentación de este panorama general de la participación de la mujer en la radio mexicana, la investigación continúa con un tercer medio que se desarrolló pocos años después, la televisión.

2.3 La televisión, vistas y escuchadas

La televisión en México, empezó sus primeras transmisiones en los 40, y en los 50, surgieron los primeros noticieros. Estos pertenecieron a diarios importantes de la época, y descubrieron este medio para dar mayor alcance a sus notas: *Día a Día*, del periódico *Excélsior*; *Notimundo*, producido por *El Universal* junto a *General*

Motors; y *Noticiero Novedades*. En estos, los conductores leían las noticias directo del diario patrocinador.

Es hasta 1969, que los noticiarios empezaron a buscar la nota por las instancias de Miguel Alemán Velasco, creador de la *Dirección General de Noticieros de Telesistema Mexicano*, quien daba autorización y responsabilidad de las notas al noticiario. Respecto a la conducción y participación como reportero en esas décadas, se observaba una mayor participación de hombres. Una vez más, las mujeres debían ganarse un espacio en este medio.

El panorama de los espacios que ocupan las mujeres en los medios ha estado históricamente marcado por su participación en un coto cerrado y relegado: Hasta hace no mucho tiempo, las fuentes políticas y económicas eran exclusivas del género masculino, mientras las periodistas fueron confinadas a las páginas de sociales, estilos de vida o noticias ligeras. El mundo de la información general estaba prácticamente cerrado a las mujeres. (Fernández, 2010, p. 35)

En la siguiente tabla, se juntaron nombres de conductoras, entrevistadoras, reporteras, colaboradoras, etc. (los cuales muchos se repiten), que participaron en los primeros programas periodísticos informativos, hasta algunos de la actualidad. Faltan muchas en cada uno de estos programas que se mencionan y por supuesto muchos más programas (no se contaron la mayoría de canales en televisión de paga). Dicho cuadro se realizó con el fin de tener un panorama general de la participación de la mujer en la televisión mexicana y reconocer los nombres de algunas de éstas.

CUADRO 4. Mujeres en la televisión

Programa	Año	Mujeres
Teleperiódico Notimex (canal 8)	1968	Lolita Ayala

Programa	Año	Mujeres
24 HRS (Canal 2)	1970	Lolita Ayala, Rita Ganem Rodríguez, Graciela Leal, Patricia Donneaud, Norma Meraz, Laura Padilla, Ana Cristina Peláez, Magdalena García de León, Rocío Villagarcía, Laura Méndez Alarcón, Virginia Sendel- Lemaitre, Martha Sztrigler, Cynthia Lara, María Cristina Espinoza, Julieta Berganza, Silvia Lemus, Maxine Woodside, Talina Fernández, Martha Renero, Elda Sánchez Gaytán, Rocío González Trápaga, Susana Solís.
Nuestras Realidades	1976	Talina Fernández.
Aquí nos tocó vivir	1978	Cristina Pacheco.
En vivo	80's	Lupita Oláiz
Hoy mismo (canal 2)	n. d.	Lourdes Guerrero, María Victoria Llamas.
Siete días (canal 13)	n. d.	Adriana Pérez Cañedo, Patricia Conde, Amaya escudero, Tita Mendoza.
Contacto Directo	1980	Lolita Ayala, Talina Fernández, Rocío Villagarcía, Patricia Suárez, Julieta Lujambio.
Antena 5	1980	Rocío Villagarcía, Patricia Suárez, Julieta Lujambio.
Monitor Financiero	1987	Carmen Aristegui.
Muchas Noticias	1987	Lolita Ayala, Diane Pérez, Patricia Betaza.
ECO (este canal fue en televisión de paga, pero es importante mencionarlo por la gran participación femenina que tuvo)	1988	Adela Micha, Rita Ganem, Julieta Lujambio, Patricia Betaza, Martha Debayle, Diane Pérez, Lucy Montes, Martha Silvia García Ochoa, Marissa Rivera, Karla Iberia Sánchez, Rocío Villagarcía, Verónica del Castillo, María Elena Leal, Lourdes Guerrero, Ana María Lomelí, Leticia Vivanco, etc.
Enlace (canal 11)	1991	Maria Beatriz Pages Llergo Rebollar.
Hechos noche	1994	Hannia Novell
Ciudad desnuda	1996	Rocío Sánchez Azuara, Hannia Novell, Lilia Rodríguez
Conversando con Cristina Pacheco	1997	Cristina Pacheco.
Primera Edición	1997	Lili Téllez

Programa	Año	Mujeres
Noticiero con Lolita Ayala anteriormente Muchas Noticias.	1998	Lolita Ayala, Ana Paula Ordorica.
Primero Noticias	1999	Lourdes Ramos.
Primer Plano (canal 11)	1999	María Amparo Casar, Carmen Aristegui (colaboradora años después)
Círculo Rojo	2001	Carmen Aristegui.
Visión AM	2001	Adela Micha.
En contraste	2002	Adela Micha.
Historias engarzadas	2004	Mónica Garza.
Las noticias por Adela	2004	Adela Micha.
Punto de partida	2005	Denise Maerker.
Informativo 40 edición de la noche (CANAL 40)	2006	Hannia Novell.
Buenas Noches con Edith Serrano	2008	Edith Serrano, Beatriz González, Fernanda Granados.
México al día (Canal 22 y Televisión educativa)	n. d.	Ana Lucía Ordoñana.
Juntas ni difuntas	n. d.	Fernanda Tapia, Mariana H., Laura García.
Hora 21	n. d.	Karla Iberia Sánchez
Fractal	2012	Ana Francisca Vega.
Los reporteros	n. d.	Karla Iberia Sánchez
Creadores Universitarios	2013	Leonora Milán, Andrea Ruy Sánchez.
Así amanece Canal 40	n. d.	Alejandra Molina
Las noticias con Danielle Dithurbide	2016	Danielle Dithurbide, Raquel Méndez.
Despierta con Loret	2016	Ana Francisca Vega.
Noticias 22	n. d.	Laura Barrera.
Las noticias con Karla Iberia Sánchez	n. d.	Karla Iberia Sánchez.
Al Aire	2016	Paola Rojas.
A las 3	2016	Ana Paula Ordorica (actualmente), anterior a ella estuvieron como conductoras: Lourdes Ramos (2002), Paola Rojas (2005)
Por las mañanas	n. d.	Sofía Escobosa.
Paralelo 23	n. d.	Ana Lucía Ordoñana.

Programa	Año	Mujeres
En Punto	2017	Denise Maerker.
Seminario (Canal 11)	n. d.	Carla Contreras.
Sábados de Foro	n. d.	Andrea Montalvo.

- (n.d.- no identificado)

Fuente: Elaborado con la búsqueda en distintos canales de televisión y videos en la plataforma de YouTube.

El 92 % de los mexicanos, cuenta con un televisor en su hogar y entre la programación más vista de la TV abierta están los noticiarios con el 40 % (Encuesta Nacional de Consumos Audiovisuales, 2017, p. 8).

Por lo anterior, los medios deben ser conscientes de la responsabilidad que tienen respecto a los contenidos que ofrecen a sus audiencias por ejemplo, la representación de la mujer en la televisión mexicana que muchas veces fomenta violencia de género.

Específicamente en los noticiarios, las mujeres que trabajan en ellos han sido parte de muchos episodios de violencia, por ejemplo: insultos, gritos, ataques a su persona por la forma en la que piensa o incluso cómo viste, discriminación laboral, etc., muchos se han visto en el transcurso del programa en vivo a nivel nacional. También, las notas periodísticas que hablan sobre mujeres han sido parte de esta violencia de género en el mundo (muchos de estos casos son feminicidios), pues han sido presentados como una nota más, en lugar de abordar en esto e ir erradicando la normalización.

[...] la participación de las mujeres en los distintos ámbitos de la prensa, y en el conjunto del proceso de producción de los medios, es decir, como emisoras, como protagonistas de los mensajes y como receptoras, es vital porque contribuye a la construcción de la ciudadanía femenina de un país. Reflejo de la propia inmadurez democrática que se observa en las esferas política, social y cultural en países como México, las mujeres que contribuyen a forjar la opinión pública es pobre, como lo es su representación en estos espacios: Tan sólo en el 10 por ciento de las noticias que se generan en todo el mundo las mujeres

son el foco central, sus voces y puntos de vista tienen una presencia marginal en los medios y la información, es decir, estamos subrepresentadas en 17 por ciento. [...] La mayoría de los temas que hablan de la situación de las mujeres en los medios tienen que ver, en este orden, con violencia familiar, nota rija (asesinato, violación), violación de los derechos, política, indigenismo, situación laboral y, al último, mujeres exitosas. Y cuando las mujeres son noticia, predominan los calificativos morales por encima de los hechos. (Fernández, 2010, p. 41)

En cuanto a los estereotipos, los medios de comunicación masiva han mostrado uno específico de mujer, y en particular la televisión ha influido mucho en vender una imagen que, como mujeres, se debe seguir. Esta ha llegado a influir tanto que se ve proyectada desde problemas de salud, físicos y mentales, hasta discriminación hacia las mujeres por no cumplir en conductas o con estándares del físico.

Otro tipo de estereotipo que se observa en la televisión mexicana, es el de los indígenas. Este se presenta muchas veces en las telenovelas, las cuales fomentan la discriminación pues son representadas como personas manipulables o su contrario, abusadoras; sin valor alguno por no tener educación, no hablar español o no cumplir con los estándares de belleza de un mexicano, etcétera.

En enero de 1994 la presencia indígena en todos los ámbitos de la vida mexicana cambió. Dio un paso más. La irrupción del Ejército Zapatista de Liberación Nacional llevo a ocho columnas el tema de los pueblos originarios de México. El uso de la palabra como la mayor de sus armas hizo que los intelectuales, que los periodistas y gran parte de la sociedad mundial volteara a mirar hacia el sureste mexicano. Y el EZLN dio para mucho. [...] el gran aporte del EZLN al México contemporáneo es la visibilización de los pueblos originarios de esta parte del mundo. Los medios de comunicación poco a poco han estado abriendo espacios para comunicadores indígenas. Más como excepciones que como regla fundamental para la comprensión de los distintos integrantes de un país como el mexicano. Fue trabajo de los propios indígenas sacar de las

páginas amarillas y de sangre a los pueblos a los que pertenecen. (Carballo, 2011)

Entre los canales de televisión que incluyen programación de comunidades indígenas como documentales, reportajes, entrevistas, etc., en la actualidad son: *Canal 11*, *Canal 22* y *TV UNAM*. En estos también se pueden ver programas específicos que hablan de las mujeres en las comunidades indígenas.

Los espacios que ahora ocupa la mujer en la televisión mexicana, se han visto opacados por la constante violencia que existe hacia ellas, pero también es cierto que han surgido muchas mujeres que han alzado la voz, y dado la cara con sus opiniones y críticas a través de este medio en temas que antes eran imposibles de abordar desde una perspectiva femenina.

2.4 El internet, el canal del periodismo del siglo XXI

La prensa escrita, pasa a la radio convirtiéndose en noticiarios; la radio, trasmuta a la televisión también en noticiarios, y con sus radionovelas a telenovelas; y por último, tenemos el internet, donde se van a incluir estos últimos tres (prensa escrita, radio y televisión).

Los primeros accesos a internet en México se registran en 1988, convirtiéndose en el medio de comunicación masiva más joven y el que actualmente se clasifica en uno de los más importantes del mundo por todo lo que ofrece. Actualmente en México, solo el 63 % de la población, tiene acceso a internet y no en todos los estados la calidad de conexión es buena (Encuesta Nacional de Consumos Audiovisuales, 2017, p. 14).

[...] en la actualidad, los medios masivos tradicionales no son la única alternativa ya que nos salen al paso los nuevos canales de comunicación digitales, gracias a los cuales no sólo se logra establecer un contacto muy estrecho con el público sino también recibir las opiniones sin necesidad de

ningún intermediario. El nacimiento de un medio comunicativo de las dimensiones de Internet ha mutado de manera radical las características 'masivas' que hasta hace poco venían definiendo la comunicación a gran escala [...] queda un tanto relegada la unidireccionalidad que hasta el momento tenían los mensajes masivos que partían de un emisor determinado para llegar a multitud de receptores sin capacidad de respuesta, o con una posibilidad de interacción. (López, Fernández y Vilar, 2003, p.450)

La llamada *era digital*, ha hecho que la comunicación y el periodismo del siglo XXI se tengan que adaptar al internet con las ventajas o desventajas que esto represente. Los demás medios, han tenido que reinventarse, entender nuevos términos, y llegar al público que creció con esta tecnología.

La prensa escrita, como uno de los medios de comunicación más antiguos, tiene su paso a internet en México:

[...] el 6 de febrero de 1995 es la fecha de aparición del primer periódico en línea mexicano; se trató del diario capitalino *La Jornada*, con apoyo tecnológico de la Universidad Nacional Autónoma de México. Dos meses más adelante lograron hacerlo simultáneamente los dos medios insignia del *Grupo Reforma*: el diario del mismo nombre de la Ciudad de México y *El Norte*, con base en Monterrey, Nuevo León [...] una revisión propia de los últimos meses de 2010, arrojó un total de 449 medios periodísticos mexicanos en internet, de los cuales, 337 tienen como base a un impreso tradicional, mientras que 112 funcionan solo digitalmente. (Barrios, 2013, p.79)

En cuanto a la radio, es el medio que aprovechó las ventajas que ofrece internet, algunas son: la amplitud de público al que puede llegar y la interacción que ofrece con sus radioescuchas; los diversos temas que pueden abordar; no se necesitan licencias para poder transmitir; y lo económico que resulta hacerlo.

No existe un contador sobre cuánta programación de radio hay en internet mundialmente. En México, solo el 7 % de la población escucha radio por internet y

la principal razón, con un 26 %, es porque solo se transmite por este medio el programa que quieren oír (Encuesta Nacional de Consumos Audiovisuales, 2017, p. 28).

En lo que se refiere a la televisión, “internet ha ofrecido un soporte técnico abierto a continuas mejoras, lo que ha propiciado implantar servicios interactivos. De forma paralela los medios audiovisuales van avanzando en la idea de convergencia con Internet. En este contexto la interactividad se perfila como uno de los elementos distintivos de la televisión digital” (Rodríguez, 2010, p. 125).

En México, las plataformas que más se ven por internet son: *YouTube*, 75 %; y *Netflix*, contando con 25 %. En cuanto a contenidos, en primer lugar se encuentran los videos musicales, con el 40 %; y muy por debajo, con el 10 %, las noticias (Encuesta Nacional de Consumos Audiovisuales, 2017, p. 29).

En la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en su capítulo IV titulado *De la neutralidad de las redes*, el *Artículo 145*, es el encargado de dar la información sobre los concesionarios y autorizados que presten el servicio de acceso a internet en México y los lineamientos a los que deberán estar sujetos divididos en siete puntos, los cuales son: Libre elección, no discriminación, privacidad, transparencia e información, gestión de tráfico, calidad y el desarrollo sostenido de la infraestructura.

A diferencia de otros medios, internet llegó con una gran novedad: todos pueden hacer el contenido que quieran y publicarlo para darlo a conocer mundialmente. Entonces, ¿no existe una brecha de género?, ¿la mujer tiene una mayor accesibilidad en este medio a diferencia de los tradicionales en cuanto al uso, creación de contenido y libre expresión?

[La] *Unión Internacional de Telecomunicaciones* (UIT) publicó que en 2015 los hombres tenían más acceso a la internet con un 60.5 % frente al 54.6 % de las mujeres. [Como segundo ejemplo las estadísticas de *ENDUTIH 2016*, *INEGI*] de acuerdo a organizaciones de la sociedad civil mexicanas [...] presentan tres problemas. Primero, no toman en cuenta una definición profunda

de acceso [...] la ‘recopilación de datos agregados oculta las diferencias de género, lo que implica que las realidades que viven las mujeres permanecen sin registrar y son pasadas por alto en las estadísticas’. [...] Segundo, las estadísticas que muestran un aumento en materia de conectividad general a internet no son comparables entre 2016 y los años anteriores por un cambio en la metodología. Según el gobierno mexicano, la conectividad a internet aumentó un 74 % entre 2012 y 2016, pero para la *Red en Defensa de los Derechos Digitales* (R3D), el incremento carece de soporte empírico. [Tercero] Los datos no están desagregados y carecen de contexto. La brecha de pobreza y género se amplía si tomamos en cuenta que en las áreas rurales solo 27.9 % de las mujeres tiene acceso a internet. (Pérez, p. 6)

Respecto al tema sobre la violencia de género en plataformas digitales, se abre campo a otro término denominado *acoso cibernético*, que “es un acto agresivo intencionado llevado a cabo de una manera repetida y constante a lo largo del tiempo, mediante el uso de formas de contacto electrónicas por parte de un grupo o de un individuo contra una víctima que no puede defenderse fácilmente” (¿Has sufrido acoso cibernético?, ¡identifica sus modalidades y protégete!, párr. 3).

Existen 8 tipos de acoso cibernético, y son: Insultos electrónicos; hostigamiento; denigración; suplantación; sonsacamiento; exclusión; ciberpersecución (envío de comunicaciones electrónicas reiteradas hostigadoras y amenazantes); y happy slapping (agresión física que se graba por algún medio digital para ser publicado en la red y sea público).

Uno de los grupos más vulnerables en las redes sociales es el de las mujeres periodistas, “la organización *Artículo 19*, documentó en 2015, 84 ataques contra mujeres comunicadoras y periodistas, 23 de ellas amenazas, 6 a través de redes sociales y fueron acciones de hostigamiento, acoso sexual, amenazas, campañas de desprestigio con connotación sexual, fotomontajes difundidos con la intención de estigmatizar a la víctima y la publicación de fotografías y material privado sin consentimiento. Además de que *Twitter* y *Facebook* son las redes principales donde

se ejerce mayor violencia contra mujeres” (La violencia en línea contra las mujeres en México, 2017, p.33).

En 2012, de acuerdo con el segundo informe de CIMAC (2012/2013), 16 % de los sucesos violentos registrados fue contra periodistas que laboraban en medios digitales. Para 2013, el porcentaje se había incrementado a 26 puntos. En el periodo que ocupa el presente informe -2014/2015-, el número de casos se elevó a 34.6 %. Cabe hacer notar que en 2014-2015, 16.3 % de las periodistas que sufrió algún tipo de agresión trabajaba en radio, mientras que 4.7 % lo hacía en televisión. [...]El vertiginoso crecimiento de la tecnología y su efectividad para llevar el mensaje a la población, convirtió a estos medios como los principales en los que laboraban las periodistas que, durante 2014, recibieron alguna agresión (48.5 %). El desarrollo de estas nuevas herramientas digitales y sus bajos costos de producción, también han permitido la contratación y oportunidad profesional para jóvenes reporteras; sin embargo, sus condiciones laborales y de seguridad son ínfimas, y los efectos de la violencia en su contra, se refleja incluso en sus magros ingresos, toda vez que ellas aportan sus propias herramientas de trabajo -celulares, grabadoras, cámaras fotográficas. (El poder del cacicazgo. Violencia contra mujeres periodistas 2014-2015, 2015, pp. 40,55)

Derivado de toda esta violencia que surge, otro de los aportes del internet es la capacidad de convocar, organizar y formar grandes movimientos. Específicamente en el caso de las mujeres, han nacido diversas manifestaciones que se traducen en convocatoria de marchas, denuncias a través de redes sociales, e incluso nuevos proyectos hechos por mujeres, para mujeres y hombres, que les interese conocer la historia a través de su mirada y criterio.

Tampoco existe un conteo sobre todas estas páginas pero aquí hay ejemplos: *La que arde* (<https://www.laquearde.org>); *Antes de Eva* (<http://antesdeeva.com/>); *Luchadoras* (luchadoras.mx); *Violeta Radio* (<https://www.violetaradio.org>); *Litsa RADIO* (www.litsaradio.org); *Las del Aquelarre* (Facebook: Las del Aquelarre),

etcétera, y estas páginas que existen en México las une un objetivo que en esencia es, realizar y difundir información con contenido crítico empoderador; frenar la violencia todo analizado desde la perspectiva de y para las mujeres y claro, también para los hombres.

Es necesario analizar que el periodismo y la comunicación fue utilizado por las mujeres como canal para levantar la voz y hacerse escuchar a través de los distintos medios de comunicación que surgieron con el paso del tiempo; abriéndose camino de distintas formas y dando su visión sobre diversos temas que antes eran exclusivos para los hombres.

Existen grandes saltos en la historia sobre la participación de la mujer en materia de difusión de información, pero si algo es seguro es que no es por su nula participación, aun así se logró armar el rompecabezas (un tanto disperso), sobre el tema que sirve para el entendimiento de lo que viene en los siguientes capítulos.

La *Teoría de los dos pasos*, es un modelo de comunicación realizado por Paul Félix Lazarsfeld y Elihu Katz (1955), presentado en el libro: *Personal Influence, the part played by people in the flow of mass communications*.

La popularidad de los estudios de comunicación en Estados Unidos, a principios del siglo XX, que pretendían dar respuesta al impacto de los medios masivos de comunicación sobre las audiencias, se debía a que el país fue participante de dos guerras mundiales, cuyo papel adquirido fue el de potencia mundial; y a la par la creación del radio, el cine y la televisión, con su basta publicidad bélica.

Muchas empresas de medios, públicas y privadas, empezaron a darse cuenta del beneficio que podría traerles financiar trabajos de investigación para sus empresas, “cuya finalidad principal no era generar resultados científicos y teóricos, sino información útil para un mayor desarrollo económico de los medios que los sufragaban” (Lozano, 2007, p.26).

Nacía con esta alianza la investigación administrativa de la comunicación, de la cual Lazarsfeld llegó a ser el principal preconizador y beneficiario [...] que tras la exitosa experiencia del primigenio ‘Princeton radio project’, de 1937 y subvencionado por la Fundación Rockefeller, Lazarsfeld se lanzó con su nueva estrategia de financiación a contestar una pregunta que le dominaba desde hacía mucho tiempo ¿cómo elige la gente y qué papel juega la comunicación mediática en todo ello? [...] En 1940, con un fondo mixto provisto otra vez por la Fundación Rockefeller y como extensión del proyecto del Radio project, Lazarsfeld [decide hacer] un estudio acerca de la formación y modificación de preferencias electorales, aprovechando la contienda electoral entre Roosevelt y Willkie. (González, 2011, p.7)

Es así como Lazarsfeld, junto con importantes investigadores eligieron el condado de Erie Ohio. Con el presupuesto ampliado por las revistas *Life* y *Fortune*, creó un novedoso panel de encuestas que incluía doce personas, en su mayoría mujeres.

Queda claro que, contrario a los prejuicios que embargaban a sus colegas de la época, el asunto de género no fue nunca un problema para Lazarsfeld, quien solía reclutar un enorme número de colegas, asistentes y estudiantes mujeres. Patricia Kendall, Ellen McPhee, Marie Jahoda, Herta Herzog, Leila Sussman y Thelma Anderson son algunos de los grandes talentos femeninos que colaboraron directamente con Lazarsfeld en el proyecto y aledaños, aportando ideas centrales a los proyectos del Bureau y a los de él mismo. (González, 2011, p. 23)

El método del panel de encuestas de Lazarsfeld, permitió que formara una muestra estratificada de los 43 mil habitantes del condado, con la elección de 3 mil personas que se dividieron en 4 grupos de 600 personas. En cuanto al procedimiento, (y antes de la contienda presidencial), se hizo la repetición de una sola entrevista a las mismas personas durante periodos largos de tiempo.

“Lazarsfeld encontró [en su estudio] que los medios de comunicación masiva no tenían una influencia decisiva en los votantes, sino que estos eran persuadidos mayormente por miembro de sus grupos primarios o de referencia, a los que consideraban líderes de opinión” (Lozano, 2007, p.28).

De esta investigación surgió entonces *The People's choice*, un reporte en donde se manejaban los primeros supuestos del enfoque de la *influencia personal* con el término “líderes de opinión” y del método de *la comunicación en dos pasos*, cuyo seguimiento no pudo ser porque el financiamiento que obtuvo era poco para dar continuación al trabajo.

Lazarsfeld, se dio a la tarea de buscar más financiamientos y comprobar las hipótesis de *The People's choice*. Es así como se empieza a formar: *Personal*

Influence, the part played by people in the flow of mass communications o *Influencia personal: el papel de la gente en el flujo de la comunicación de masas* (en español), con presupuesto de *McFadden Publications* y *CBS*. Se concentró en estudiar fenómenos cotidianos con un muestreo de más amplitud que el anterior pero en la ciudad Decatur, Illinois.

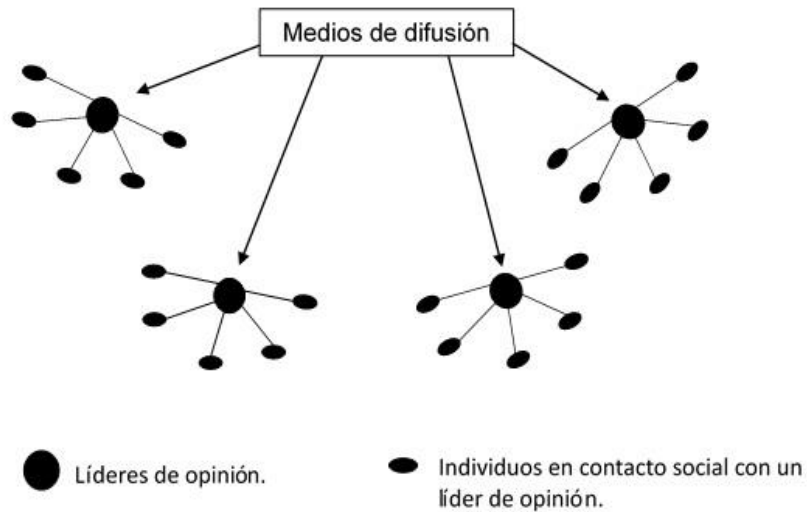
[...] se diseñó un muestreo cruzado entre una población de 800 mujeres mayores de 16 años, de entre los 60,000 habitantes de la ciudad, para ejecutar un extenso sondeo de panel. La elección de una población estrictamente femenina respondía a la necesidad de adaptarse a las expectativas de su patrocinador clave, *McFaddens*, interesado en conocer los procesos de formación de opinión en torno a los productos de sus anunciantes y sus propios productos editoriales [...] se delimitaron 5 áreas de investigación: consumo doméstico, moda, cosméticos -productos de belleza, consumo de cine y asuntos públicos. (González, 2011, cita a Katz y Lazarsfeld, n. d., pp. 4-5)

Paul Félix Lazarsfeld, reclutó y dio el trabajo inconcluso a Elihu Katz, para que este lo pudiera presentar como su tesis doctoral y él, junto a Lazarsfeld y más investigadores, se dan a la tarea de reunir los datos obtenidos, armarlos, analizarlos y presentarlos posteriormente.

[E]l flujo de la comunicación en dos pasos [...] enfatiza el proceso de circulación de información y opinión de los medios a los líderes y de éstos a sus seguidores. Así, los medios, más que cambiar la actitud de los receptores, hacia ciertas personas, cosas o procesos, refuerzan predisposiciones, valores y actitudes preexistentes. (Lozano, 2007, p.28)

Alrededor del término de líder de opinión, orbitan muchos otros conceptos, y son necesarios analizarlos con la finalidad de entender la importancia del papel que tienen como vínculos entre los medios y su audiencia.

CUADRO 5. Flujo de la comunicación en dos pasos



Fuente: Modelo de Katz y Lazarsfeld sobre el flujo de comunicación en dos pasos (influencia personal), "Teoría de investigación de la comunicación de masas", Lozano (2007, p.29.), retoma el modelo de Denis McQuail y Sven Windhal, Communication Models (1981, p.49.)

[...] los llamados líderes de opinión, [son] actores que operan a modo de vínculos distributivos entre los contenidos mediáticos y los individuos que conforman sus grupos primarios, muchos de los cuales no tienen contacto directo ni reiterado con los medios. Desde ahí, se verificaba que la información obtenida de la comunicación mediada únicamente servían como refuerzo ante opiniones preexistentes, en tanto estos líderes activaban el proceso de conformación de opinión (que posteriormente se convierte en distintas prácticas electivas), por medio de proveer a su grupo de información especializada, mucha de la cual adquieren por su contacto formal y diferenciado con distintos medios y contenidos. (González, 2011, p. 9)

Lozano (2007, p.29), hace un listado sobre las conclusiones más importantes del enfoque de la influencia personal:

1. Los individuos más educados acuden más a los medios de masas.
2. Las personas seleccionan para su atención aquellas opiniones con las cuales ya están de acuerdo.

3. Las noticias y opiniones acerca de un asunto reciben la mayor atención de parte de aquellos que están más interesados en la cuestión, es decir, aquellos cuyas opiniones ya están formadas.
4. Aquellos que leen más y oyen más acerca de una cuestión son aquellos cuyas opiniones e intenciones se encuentran menos dispuestas al cambio.
5. Las personas se ven más afectadas en sus decisiones políticas por el contacto personal con otros individuos (miembros de familia, amigos, vecinos y compañeros de trabajo), que por los medios de masas directamente.
6. Los líderes de opinión no se hallan concentrados en las clases más educadas o de mayor prestigio en la comunidad; se encuentran casi uniformemente distribuidos en las diferentes clases y ocupaciones. Están, sin embargo, más interesados en el tema que el ciudadano promedio y considerablemente más expuestos a los medios de comunicación.
7. El líder de opinión no lo es en todos los campos, sólo en uno o algunos.
8. Los líderes de opinión: a) ocupan posiciones consideradas como adecuadas para darles competencia especial en el tema; b) son personas accesibles, gregarias y conocen a muchas personas; y c) tienen contacto con información adecuada proveniente del exterior de su círculo inmediato.
9. Los medios de comunicación son más importantes que los líderes en la transmisión de la información.

Retomando, en el término de líder de opinión, orbitan más conceptos. Es necesario analizar lo que implica ser un líder de opinión actualmente para así llegar a obtener una idea clara. Lo primero es definir la construcción de la opinión pública, ya que ayuda a abrir un panorama distinto a la investigación.

El concepto de *opinión*, se define desde hace mucho tiempo atrás en la historia del ser humano:

En la prehistoria del concepto de opinión pública imposible soslayar los aportes de Grecia como de Roma. Los filósofos griegos acuñan la expresión *doxa* [opinión] para contraponerla a la *areté* [verdad] El Sentido de la expresión lo

explica Juan Beneyto (1961), 'si la ciencia se ocupa del ser y la opinión de su sombra, la *doxa* platónica queda abajo en la escala del conocer en forma de semi-ignorancia y en torno a ambigüedades consideradas reales por el vulgo'. Aparece [...] el vínculo entre opinión y pueblo o vulgo. [...] Monzón (1996) es más explícito: 'Platón [...] distingue en el plano del conocimiento la vía de la opinión [*doxa*] de la vía de la ciencia [*episteme*] como formas de acceder a la verdad [*alehteia*] y a la perfección [*areté*] humana. La *doxa* es un conocimiento parcial e inseguro de la realidad, un semisaber, basado en impresiones y ambigüedades, es el saber propio del vulgo (pueblo). La *episteme*, en cambio, está reservada a minorías, especialmente a aquellos que cultivan la ciencia (el método científico) o manifiestan un amor especial por la sabiduría, los filósofos. (Guevara, 2009, p.127)

Toussaint (2004), define el *espacio público* y menciona que los politólogos contemporáneos se encargaron en darle una entidad tanto geográfica como simbólica y dentro se producirá la comunicación política. Es un sitio en que fuerzas contradictorias actuarán por intereses diversos y se expresarán según el desarrollo social tecnológico de cada etapa histórica, sociedad y país.

El *espacio público*, siempre estará en constante cambio y sus inicios se identifican en la época de los griegos con el *ágora* también llamado *plaza pública*. Este sitio era reconocido por todos en la ciudad, ellos sabían quiénes podían entrar para discutir los problemas de la ciudad, cómo mejorarla, su administración, la impartición de la justicia, el gobierno (ni las mujeres, niños y esclavos podían participar en el *ágora*). (Toussaint, 2004)

El siguiente espacio público, se ubicó en el periodo de la Ilustración (en cafés, librerías y clubes, dependiendo el país). Se observó a la esfera política separarse de la social, quienes más adelante conformaron una sociedad civil en contraposición a la clase política. Los temas que eran objeto de crítica o debate cambian y ya no solo se trataban de política, sino también de los problemas sociales y económicos. Como hecho importante estuvo la aparición de la prensa. (Toussaint, 2004)

[...] en el esquema moderno, tras la Revolución Francesa y la Declaración de los Derechos del Hombre y el Ciudadano, el acceso al espacio público se vuelve universal en la medida en que los Estados van adoptando el modelo del sufragio libre, universal y directo. Con ello, prácticamente toda la población masculina, de cierta edad y condición podía participar en el espacio público. [...] la idea de la ciudadanía se ha extendido aunque el concepto de 'universal' no lo será plenamente hasta que las mujeres sigan confinadas a la esfera de lo doméstico. [...] el espacio público moderno sufre otra transformación para convertirse en el espacio contemporáneo tal y como hoy existe, aunque con variaciones según la historia política de cada nación. En éste ya no sólo la política se ha separado de lo público y el gobierno de la sociedad civil sino que el concepto de lo público se modifica. Las nociones de privado y público cambian hasta hacer que los temas que no son tratados de manera pública estén más ligados con aquello que se intenta silenciar en el terreno público y social, lo que atañe a grupos marginados, que con aspectos de tipo moral y ético o de vida privada y pública. (Toussaint, 2004, pp. 24-25)

¿A qué se refieren cuando se habla de lo público?, y de manera inmediata, ¿a qué se refieren cuándo hablan de lo privado? Así como el espacio público va transformándose, lo público y lo privado va de la mano con la evolución en su significado. En un inicio en el *ágora*, lo público eran los temas que tenían que ver solo con lo político, es decir, la polis o la ciudad, por ende todo lo demás era lo privado; en la Ilustración, el concepto de público era lo que concernía al gobierno, a los gobernantes y a la administración de la *res pública* ("cosa pública" o "esfera pública").

[...] Conforme se separan el gobierno y la sociedad civil, el concepto de público cambia. Según Habermas (1981), 'Este ámbito social, encargado de mediar entre sociedad civil y Estado, de hacer valer las necesidades de la sociedad civil frente al Estado, es lo propiamente denotado por la categoría 'publicidad burguesa'. Su base social es la de un público 'compuesto por pequeños propietarios privados que convierten su esfera privada en objeto de común raciocinio'. Más tarde con el advenimiento de las sociedades complejas y la

creación de la democracia y medios de información masivos, ocurre que los iletrados participarán en esa esfera pública transformando completamente el concepto de 'publicidad burguesa'. (Toussaint, 2004, p. 26)

Varios críticos, que hablan sobre las consecuencias de lo anterior, afirman que esto vino a arruinar "la posibilidad de un gobierno y una legislación competentes", pues trajo a la política a muchos demagogos con poca instrucción y con grandes audiencias. "La televisión y la democracia masiva hacen que sean los incompetentes quienes deciden en política a partir de una aldeanización de los asuntos de interés público [y es] la información televisiva, [la que] refleja el cambio de los temas de interés público" (Giovanni, 1998, como se citó por Toussaint, 2004, p. 26).

[El] espacio público y su relación con lo privado y lo público señalan que asistimos a un proceso en el cual es la sociedad civil la que está imponiendo, tanto a los medios como a los políticos, los temas de interés por ciertos aspectos antes considerados no sólo privados, sino íntimos. [...] El tratamiento público de temas íntimos ha ensanchado lo que se considera de interés general, modificando así, la línea que dividía lo privado de lo público. (Toussaint, 2004, pp. 26)

Los medios serán el nuevo espacio público, y en éste hay tres actores principales: los políticos, los periodistas y los ciudadanos. Las características de estos actores van cambiando de acuerdo al crecimiento de la población y la tecnología; a su vez esto último también influye en el surgimiento de: "democracia de masas" y "medios de comunicación masiva"; por lo tanto, esto hace que dos de los actores (los políticos y los periodistas) cambien y den lugar a un tercer protagonista en el espacio público actual: "la opinión pública moderna".

[...] En el actual espacio público se requiere de la existencia y el intercambio continuo y contradictorio de tres actores: políticos periodistas y ciudadanos. En las complejas sociedades actuales ya no se trata de individuos sino de instituciones: el

aparato político, los medios de información masiva y una opinión pública masiva representada por las encuestas” (Toussaint, 2004, pp. 29).

En este nuevo espacio público (los medios masivos de comunicación), la opinión pública ya no lo es de públicos sino de masas; este último concepto entendido como: “[...] un conglomerado de personas que están físicamente dispersas, desorganizadas y cuyos integrantes son incapaces de actuar de común acuerdo, concertadamente. Los une un foco de interés común [donde cabe la discusión y el intercambio de opiniones], por lo general provisto por los medios masivos”, y categorizada en cuatro: general; el electorado; atento; y activo” (Toussaint, 2004, pp. 33).

El grupo que se le denomina “activo”, formado por un pequeño grupo de público atento (pueden ser políticos, profesionistas en contacto con el gobierno o dentro de éste, grupos organizados de la sociedad civil, comunicadores o periodistas) y cuya característica principal es la de interesarse por los asuntos políticos (a comparación de las otras tres categorizaciones), y el que marque la ruta por la cual actuará la opinión, por la capacidad de competencia y poder para hacerlo. La opinión de la élite es, la mayor parte de las veces, la opinión efectiva (Toussaint, 2004).

[...] la opinión pública ha dejado de ser la voz genuina de lo que la masa piensa como resultado de una reflexión y un debate racional, para convertirse en un resultado estadístico que es esgrimido tanto por los políticos como por los periodistas para legitimar sus acciones políticas. El resultado en cifras es obtenido, en general, sin una base metodológica que respalde científicamente las respuestas. [...] la opinión pública es una de las partes más vulnerables del espacio público. En su nombre se plantean asuntos y se conquistan posiciones sin que la masa pueda, verdaderamente, intervenir con lo que hacen con las respuestas que dan a preguntas que tampoco fueron formuladas por los públicos. (Toussaint, 2004, p.38)

Entendiendo más sobre lo que es el concepto de opinión pública, es necesario pasar a cómo es que este concepto se junta con el de líder de opinión.

Cuando una institución o persona trata de generar opinión pública sobre algún tema busca dar la respectiva información a líderes de opinión. Las preguntas son si esos líderes son los adecuados, si el público asimila el mensaje con el efecto esperado y si con ello realmente se crea opinión pública. [...] No se puede afirmar que lograr que un mensaje aparezca en diferentes medios crea opinión pública, aun cuando quizás sí contribuya a su conformación. No es lo mismo lo que opinan y creen los ciudadanos que lo expresado por los periodistas en los medios, como tampoco es posible pensar que por el hecho de que algo esté publicado automáticamente se convierta en opinión pública. Una cosa, pues, es la opinión publicada y otra muy distinta la opinión pública, así como no es igual un influenciador que un líder de opinión. [...] Crear verdaderas corrientes de opinión pública no depende de una persona o de uno o varios medios sino de una combinación de factores en las que, más que los medios, son los líderes - formales o informales- quienes de manera consciente asumen una postura que es aceptada, compartida y manifestada por una generalidad de grupos sociales. (Maraboto, 2013, párr. 1-3)

¿Qué es ser un líder? Entiéndase “Liderazgo” como: “un fenómeno social [...] un proceso o situación en que una persona (o varias) en mérito de su capacidad real o supuesta para resolver los problemas cotidianos en la vida de grupo, encuentra seguidores que se hallan bajo su influjo. De modo es que líder es el que dirige, es el que modela la conducta de un grupo [...] no existe un líder para todas las situaciones [...] El líder es producto de una situación [...] El poder, la influencia, la autoridad, el prestigio son algunos de los elementos constituyentes del liderazgo”. (Arce, 1960, 2-3 pp.)

Antonio M. Arce (1960), comenta que existen muchos tipos de líderes y esto ha generado diversos debates. Anteriormente, en la definición de Maraboto (2013), él hablaba sobre los líderes formales e informales y es justo la clasificación que Antonio Arce analiza pues no se va a basar en la forma en que la autoridad o la influencia son ejercidas, sino en la naturaleza que hay entre las relaciones del líder y sus seguidores.

CUADRO 6. Líderes, formales e informales

Líderes Formales	Líderes informales
<ul style="list-style-type: none"> • Dirige grupos formales, se refiere a cuando las normas que regulan la interacción de los miembros del grupo son explícitas, generalmente escritas. • Diferentes grupos formales: la escuela, clubes, los Ministerios de un país, el congreso, la Suprema Corte de Justicia, etc. • El líder formal va ser el que dirige un grupo formal y tiene cierto derecho para regular la conducta de los individuos de ese grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dirige grupos informales, no están estructurados por reglas explícitas, mucho menos escritas, sino que la acción de los miembros del grupo es una cosa que se realizan en el momento en que las personas se juntan. • Diferentes grupos informales: los amigos, las familias • El líder informal es el que dirigirá un grupo informal y esto será por la atracción de la mayor parte de los seguidores que interactúen con él

Fuente: Antonio Arce (1960). "Liderazgo: definición y conceptos sociológicos." Costa Rica: Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas.

Los líderes de opinión pueden ser formales (en claridad de su posición o rango), o informales (en claridad de su personalidad, antecedentes o carisma) como ya se había definido.

Se recopilaron todos los términos necesarios sobre la *Teoría de los dos pasos*, y sobre los líderes de opinión, para entender lo que viene en las siguientes páginas respecto al papel que juega la mujer como líder de opinión en México.

3.1 Líderes Mexicanos, “los 300 más influyentes”, 2019

La revista *Líderes Mexicanos*, es una publicación mensual, perteneciente al grupo empresarial de medios, Ferráez Comunicación S. A. de C. V., la cual fue fundada hace 29 años por los hermanos Jorge y Raúl Ferráez.

En el siguiente cuadro se lee el Media Kit de la revista Líderes Mexicanos. Estos datos están publicados a través de su plataforma, y se pueden buscar como: *Media Kit 2018*, y *Media Kit 2019*.

CUADRO 7. Media kit de la revista Líderes Mexicanos, 2018 y 2019

Líderes Mexicanos 2018 Presentación	Es una plataforma editorial de alto impacto que te vinculará con la iniciativa privada y las entidades de gobierno en todos sus niveles.
Publicación de tendencia visual con:	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías impactantes • Información condensada en infografías • Recuadros para la lectura rápida entrevistas detalladas que invitan a una lectura más profunda.
Mindset	<p>Nos identificamos con nuestros invitados y lectores por su forma de pensar, conocemos sus gustos y lo que realmente les apasiona.</p> <p>Generamos una conexión de empatía entre los anunciantes y nuestra audiencia, un vínculo robusto entre usuarios y proveedores que no sólo es el informativo. La revista es parte de su vida.</p>
Redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook: Líderes Mexicanos +33,000 fans • Instagram: LideresMexicanos +36,000 fans • Twitter: @LideresMexicano +170,000 seguidores
Los 300 líderes más influyentes de México	“Los 300” es un número de colección que perfila a los hombres y mujeres más influyentes en nuestro país: empresarios, líderes de opinión, atletas destacados, académicos de gran renombre, profesionales, políticos y funcionarios públicos, entre otros, todos aquellos que marcan el rumbo de México.
Líderes Mexicanos 2019 Perfil del lector	<p>Sexo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Masculino 67 % • Femenino 23 %

	<p>Ocupación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa Privada (IP) 63 % • Gobierno 25 % • Otros 12 % <p>Edad</p> <ul style="list-style-type: none"> • 25- 34 27 % • 35- 44 37 % • 45- 54 24 % • 55- 64 12 % <p>Escolaridad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Licenciatura 81 % • Posgrado 17 % <p>Nivel Socio Económico (NSE)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 94 % AB+ • 6 % C+ <p>Hábitos de consumo</p> <ul style="list-style-type: none"> • 99 % realizan viajes de placer de forma frecuente • 86 % posee autos nuevos • 72 % tiene cuentas de cheques • 86 % cuanta con alguna relación con un banco
Distribución	Tiraje promedio de 42,000 ejemplares al mes.

Fuente: Media Kit (2018 y 2019) Revista Líderes Mexicanos.

En términos generales, la edición especial de *Los 300* se subdivide en 14 categorías, las cuales son: Líder de Opinión, Medios, Organizaciones Civiles, Poder Ejecutivo, Poder Legislativo, Poder Judicial, Política, Profesionales, Ciencia, Cultura, Deportes, Empresarios, Espectáculos e Internacional.

El Presidente Ejecutivo del grupo empresarial de medios, Ferráez Comunicación S. A. de C. V, Raúl Ferráez, durante una entrevista del 2016 con la periodista Martha Debayle, mencionó que el proceso de elección de los líderes depende de un

consejo editorial, por cada una de las 14 categorías se realiza un análisis profundo de influencia. Él menciona que la lista no es de los más queridos, famosos, populares, admirados o de vacas sagradas; es una lista de influyentes. Evalúan la influencia de cada personaje con base a la gente que está dentro de los sectores, que conoce cifras, que conoce quién hace qué, quién mueve, quién influye, quién tiene una posición importante. Hay una parte coyuntural la cual depende de cada año sobre qué cosas o qué temas están siendo delicados o cuáles son importantes de empujar; quién está detrás de esos temas, en fin; así es como se crea la lista de 'los 300.

En otra entrevista del 2015, para *ADN* opinión, en el programa: *La pura verdad*, Raúl Ferráez considera que los líderes deben ser permanentemente evaluados y observados por la sociedad. Hace referencia a que una de las cosas que nos hace ser un país con pocos líderes es porque el sistema educativo no fomenta las aptitudes de liderazgo en los muchachos. Ferráez comentó que el liderazgo tiene que ver con tres cosas:

[...] una es la inteligencia de la persona, hay un mínimo de capacidad intelectual. Es una cosa de genética pero también de formación temprana; luego tenemos un sistema educativo, que debe estar más atado al nivel de competencias, no sólo de conocimientos, por ejemplo: la educación de Estados Unidos que está basada en trabajo en equipo, en investigación, en desarrollo físico, tienes a niños que están pensando en cómo superar al compañero, cómo hacer las cosas mejor, y aquí [en México] tenemos una educación muy pasiva; el tercero tiene que ver con una preparación de más alto nivel en donde tiene que ver mucho las disciplinas, el trabajo, la perseverancia. [...] El líder no nace ni se hace, se forma. Los líderes a lo largo de su vida, sobretodo en épocas muy tempranas, viven experiencias que los marcan para siempre y eso determina su carácter, su forma de ser, la personalidad, factores que son importantes para el éxito que puedan tener en el futuro. (*La pura verdad*, 2015)

3.1.1 Las líderes de opinión de 2019

Año con año desde el 2001, la revista publica, en el mes de julio, una edición especial con los nombres de los 300 líderes más influyentes de México. La edición número 19 fue la que se tomó de muestra.

- El total de nombres mencionados son de 342.
- 42 son mujeres, esto se traduce al 12.28 % del porcentaje total.

Respecto a esto, Raúl Ferré en entrevista con Fernanda Familiar en su programa de radio *¡Qué tal Fernanda!* (2018), dijo que:

[...] es una constante [...] lo cual es tal vez un poco preocupante porque no estamos encontrando una tendencia ni a la alza ni a la baja. No tenemos una cuota de género porque en una lista como estas no tendría sentido, finalmente a la hora de evaluar los liderazgos, la influencia de cada uno de los personajes que analizamos, no los sacamos porque si son hombres o son mujeres. Hay espacios en que poco a poco las mujeres van avanzando, aunque en la parte empresarial es en donde menos mujeres hay.

- En la categoría “Líderes de opinión”, hay 25 nombres en total, 5 son mujeres. A continuación, se describe la trayectoria de cada una de ellas a partir de fichas que tienen en la revista “Líderes mexicanos” 2019 y complementado con información de otros portales.

Martha Emelina Debayle Alaniz



President and Founder MMK GROUP

Nació: 27 de septiembre de 1967 en Managua, Nicaragua, ahora ya tiene la nacionalidad mexicana.

Vive: Ciudad de México

Formación: Diseño Gráfico. Universidad del Nuevo Mundo (UNUM)

Estado civil: Casada

Facebook: DebayleOficial

Twitter: @marthadebayle

Instagram: Martha Debayle

93 % Probabilidad de aparecer en la lista de 2020

- **2015** Lanzamiento Martha Debayle Home
- **2019** La Academia Latina de Grabación reconoce a Martha Debayle junto a otras cuatro mujeres por su empoderamiento y liderazgo en el espectáculo

Destaca como empresaria, emprendedora y una de las locutoras y conductoras más importantes del país. Forma parte de grandes campañas publicitarias en las que ha sido la imagen exitosa y recordada. Comenzó su carrera como conductora de programas de radio de música anglo en estaciones como *Estéreo 100*, *Alfa Radio 91.3* y *WFM 96.9*. A raíz de que se convierte en mamá en 1997, se da cuenta de la poca información que hay para madres primerizas, por lo que junto con *Televisa* decide fundar la revista *bbtips*, y de esa manera se convierte en vocera del cuidado infantil.

Actualmente, continúa en *W Radio*, un programa de revista que se transmite de lunes a viernes de 10 a 13 hrs., en donde habla de salud, psicología, pareja, sexualidad, bebés, entre muchos otros temas. Su programa cuenta con el rating más alto de la radio mexicana en su segmento. Los podcast de su programa, llevan cinco años consecutivos en el top ten de descargas en iTunes.

Destacó como conductora de *Hoy Sábado*, *Este Domingo* y *Eco Internacional*, pero el público identifica especialmente su participación en la cobertura de eventos internacionales como la entrega de los *Grammys*, *Miss Mundo*, *Miss Universo*, *Miss USA*, *World Music Awards* y el *Óscar*.

Martha Debayle, ha sido la imagen de exitosas y recordadas campañas de publicidad de marcas como *Pantene*, *Danone*, *Crest*, *Nissan*, *Gerber*, *Clorox*, *Progress Gold Wyeth*, *Lala*, *Barcel*, *Pure It de Unilever*, *Izzi negocios* y en radio como *Holanda*, entre otras (¿Quién es Martha Debayle?, 2013, párr. 5).

María Fernanda Familiar Villanueva



**Periodista titular del programa radiofónico
“Que tal Fernanda”**

Nació: 6 de junio de 1967 en Parral, Chihuahua

Vive: Ciudad de México

Formación: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Intercontinental (UIC)

Estado civil: Soltera

Correo electrónico: fernanda_familiar@hotmail.com

Facebook: Fernanda Familiar

Twitter: qtf

Teléfono: 8019 8690

92 % Probabilidad de aparecer en la lista de 2020

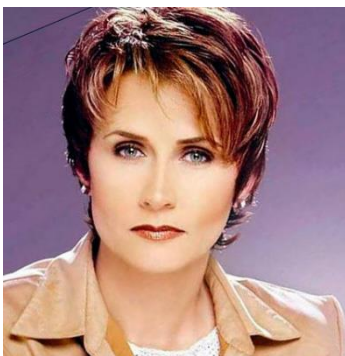
- **1996** Primera mujer en hacer cobertura de los Juegos Olímpicos de Atlanta, EUA, con *Los Protagonistas* en *TV Azteca*
- **2000** Titular del programa *Qué tal Fernanda* en *Grupo Imagen Multimedia*
- **2003** Publicación de la revista *Fernanda*, en *Grupo Medios*
- **2003** Lanzamiento del primero de los 3 *Best Seller* logrados hasta el momento
- **2007** Presenta su libro *Mamás de teta grande*
- **2009** Lanzamiento en México de la primera página de internet avalada por un periodista: fernandafamiliar.soy
- **2018** En mayo, para celebrar 18 años de su programa, emite un billete de la *Lotería Nacional* con su imagen

Reconocida por *Lotería Nacional* con un billete conmemorativo con su imagen y, entre otros importantes reconocimientos, ganadora de preseas como la *Flores Magón* por su calidad periodística, hoy es reconocida como la *Periodista de Vida en América Latina*. Líder de opinión y voz de millones de mexicanos a quienes representa todos los días a través de la radio y la televisión en México.

Como empresaria, en 2003, lanzó la revista *Fernanda* en Grupos Medios, la primera revista femenina completamente mexicana de una líder de opinión; la cual tiene un tiraje de 60 mil ejemplares mensuales.

Es conferencista y miembro activo del *Foro Internacional de la Mujer México*, así como fundadora de la organización *Código Ayuda*. Además es ganadora del premio *Juárez* a lo más destacado en Civismo y Valores (Todo lo que debes saber sobre *Fernanda Familiar*, 2018, párr. 5).

Denise Maerker Salmón



Periodista

Nació: 8 de enero de 1965 en Ciudad de México

Vive: Ciudad de México

Formación: Doctorado en Estudios Profesionales del Sistema Político Comparado en la Sorbona de París

Estado civil: Soltera

Facebook: denisemaerkeroficial

Twitter: @DeniseMaerker

90 % Probabilidad de aparecer en la lista de 2020

- **1996** Directora de Comunicación y Desarrollo del *CIDE*
- **2001** Conductora del programa radiofónico *Atando Cabos*
- **2005** Conductora del programa *Punto de Partida*
- **2006** Jurado del *Premio Nacional de Periodismo*
- **2011** Recibe el Premio *Pedro Sarquis Merrewe*
- **2016** Es nombrada conductora del noticiario estelar nocturno del *Canal 2* de *Televisa*, es la primera mujer en lograrlo
- **2017** Cambia de nombre el noticiario que conduce a *En Punto*
- **2018** Entrevista a Peña Nieto rumbo al fin del sexenio
- **2019** Responde públicamente a López Obrador tras la lista publicada de contratos de periodistas durante el sexenio de Peña Nieto

Se desempeñó como profesora e investigadora en el *CIDE* y como directora de comunicación y desarrollo del mismo centro. Ha sido conductora en diferentes programas: *Entreversiones*, *CNI Noticias*, *Séptimo Día* y *En en El Límite*. Trabajó durante diez programas en la serie *Mujeres y Poder* que transmitió Canal 11. En radio conduce el noticiario *Atando Cabos* de Radio Fórmula. Sigue al frente del noticiario estelar de Televisa llamado *En Punto*, el cual, con el tiempo se ha convertido en el espacio crítico de esa televisora. Mantiene una columna con el nombre “Atando cabos” en el diario nacional *El Universal*, misma que antes era publicada por *Excélsior*, el *Independiente* y *Milenio*.

Adela Micha Zaga



Conductora de televisión. Periodista

Nació: 25 de mayo de 1963 en Ciudad de México

Vive: Ciudad de México

Formación: Licenciatura en Ciencias de la Información en la Universidad del Nuevo Mundo

Estado civil: Soltera

Facebook: La Saga

Twitter: Adela_Micha

90 % Probabilidad de aparecer en la lista de 2020

- **2000** Inicia transmisiones su programa de televisión *Mujeres Trabajando*
- **2004** Comienza su noticiario televisivo *Las Noticias por Adela*
- **2004** Inicia *Imagen Informativa Segunda Emisión*
- **2013** Inicia transmisiones el programa *La Primera por Adela*
- **2014** Inicia *La Entrevista por Adela*
- **2018** Comienza transmisiones por *YouTube* el programa de entrevistas *La Saga*
- **2019** Anuncia la llegada de *La Saga* a la televisión

Adela Micha es una de las periodistas y conductoras más populares de México. Ha conducido, dirigido y producido, distintos noticiarios en la empresa mexicana *Televisa*. Micha se ha destacado como conductora de noticiarios y también de

diversos casos periodísticos que abordan la realidad política de su país y aquellos temas de la actualidad mexicana que captan la atención de la opinión pública. Pero su gran versatilidad ha logrado incursionar más allá de lo periodístico e informativo, tal como lo es el modelaje en campañas de *Cicatricure* y de los supermercados *Bodega Aurrerá*, así como de la conducción en reality show.

Gabriela Warkentin de la Mora



Comunicadora y periodista

Nació: 25 de agosto de 1967 / en Ciudad de México

Vive: Ciudad de México

Formación: Licenciatura en Comunicación en la UIA, doctorado en Comunicación Pública por la Universidad de Navarra

Estado civil: Soltera

Correo electrónico:

gwarkentindlm@televisa.com.mx

Facebook: @gabriela.warkentin

Twitter: @warkentin

Teléfono: 5327 2000

Comparte ficha con Javier Risco Reyes

- **2002** Gabriela funge como Directora del Departamento de Comunicación de la *UIA*
- **2013** Gabriela es nombrada Directora de *W Radio*
- **2017** Gabriela y Javier son titulares del noticiario matutino *Así las Cosas* en *W Radio*

Otro dato a considerar es que existen las fichas compartidas, esto quiere decir que dentro de este listado hay lugares con dos o más personas (se debe a que comparten proyecto y se les reconoce a todos), por ejemplo el caso de Gabriela Warkentin de la Mora con Javier Risco Reyes que son:

Dos profesionales que han logrado mantener un ambiente fresco y agradable para todo auditorio. Es evidente la mancuerna perfecta que manejan entre la

realidad y el humor, sin dejar a un lado la seriedad y la importancia que requiere el periodismo. El noticiario matutino de W Radio, *Así las cosas* ha logrado contar con las mejores coberturas y se ha mantenido con éxito gracias a la interacción y dinamismo que ha sido clave en el programa.

Profesora de la Maestría en Periodismo sobre Políticas Públicas del *Centro de Investigación y Docencia Económicas* (CIDE). Fue académica titular del Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana (distinguida con el Diploma al Mérito Universitario). Ha sido reconocida como una de las 50 mujeres más importantes de México, según la revista *Forbes*, y como una de los 300 líderes de México, según la revista *Líderes*.

Desde septiembre de 2016, es titular del noticiario *Así las Cosas*, que se transmite de lunes a viernes (de 6 a 10 horas) en *W Radio*. Es articulista del diario *El País*, activa habitante de las redes sociales del ciberespacio. Tiene una aceleradora de ideas (Tridente) para la incubación y el desarrollo de proyectos estratégicos.

Es miembro de la *Asamblea Consultiva y de la Junta de Gobierno del Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación* (CONAPRED). Es miembro del Consejo de *Artículo 19*, organización mundial para la defensa de la libertad de expresión y la protección de periodistas.

Es docente en universidades nacionales e internacionales, así como conferencista y consultora en temas de redes sociales, culturas juveniles, ánimo social, estrategias de comunicación y nuevos escenarios tecnológicos.

Ha sido conductora del programa radiofónico semanal *La Enredadera en Reactor 105* del *Instituto Mexicano de la Radio* (IMER); responsable de la columna radiofónica semanal *Medios y Mensajes* dentro del programa *Revista Antena Radio* del IMER; analista de medios y coyuntura para la primera emisión de Radio 13 Noticias; conductora del programa radiofónico *Noveno Círculo* en ibero 90.9 radio; conductora del programa radiofónico *Zigma, Análisis de Medios*, que se transmitió por ibero 90.9 fm (Bio Gabriela Warkentin, n. d., párr. 11).

Para la siguiente parte, además de tomar en cuenta la *Teoría de los dos pasos* y su definición de lo que es un líder de opinión, se realizó una encuesta de opinión a estudiantes de la licenciatura en comunicación y periodismo de la Ciudad de México y el Estado de México:

- *Ciencias de la Comunicación*, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, de la Universidad Nacional Autónoma de México
- *Comunicación y Periodismo*, de la Facultad de Estudios Superiores plantel Aragón, de la Universidad Nacional Autónoma de México.
- *Comunicación*, de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán, de la Universidad Nacional Autónoma de México.
- *Periodismo*, en la Escuela de periodismo Carlos Septién García.

Es un público que durante su formación conocen y analizan el término líder de opinión, además saben las características y función, en una sociedad. Este previo conocimiento aportó un mejor debate y análisis. Ver anexo 3

La muestra fue:

NO PROBABILÍSTICA

Se aplicaron **360** cuestionarios en total y fueron repartidos de la siguiente manera:

- “Ciencias de la Comunicación”, FCPyS: **120** cuestionarios
- “Comunicación”, FES Acatlán: **100** cuestionarios
- “Comunicación y periodismo”, FES Aragón: **80** cuestionarios
- “Periodismo”, Escuela de periodismo, Carlos Septién García: **60** cuestionarios

Y POR CUOTA

- La medida de edad fue de **19 a 23** años
- Únicamente a estudiantes del turno **vespertino**
- En cada plantel se aplicó el **50 %** mujeres y **50 %** hombres

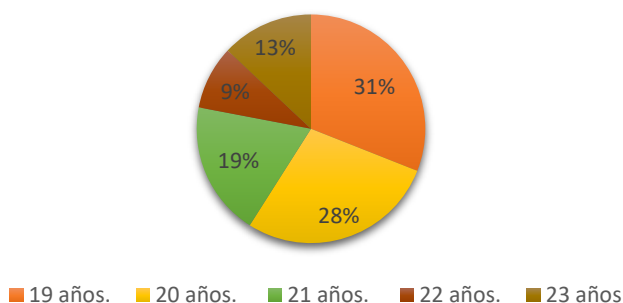
El instrumento de medición elegido fue el de un cuestionario que cuenta con preguntas abiertas y cerradas; previo a la estudio del total de cuestionarios, hubo una aplicación piloto de este. ^{Ver anexo 4}

Lo que se verá en las siguientes páginas, es un reporte general de los resultados y su análisis. En la parte de anexos se encuentran los reportes por escuela con los cuales se pretende abrir al lector un mejor análisis.

4.1 Resultados obtenidos, análisis e interpretación

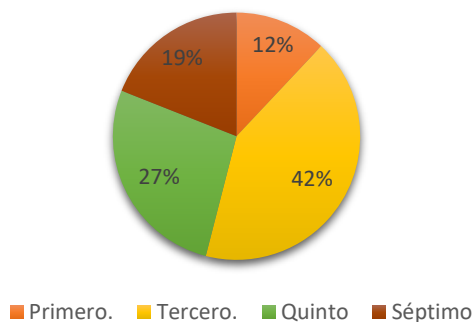
Como se pudo ver en el anexo 4, después de las instrucciones para contestar el cuestionario que se aplicó a los estudiantes, surgen las primeras variables a considerar. La primera, fue la edad que ya se había estipulado con anterioridad. Para saber que todos fueran del rango de edad establecido, al acudir a las diferentes universidades, se buscó a grupos que cumplieran dichas cuotas para su fácil aplicación.

GRÁFICA A. Edad



Las cuotas establecidas fueron respetadas en estos primeros datos. Lo primero que se lee es que la población más grande de hombres y mujeres son los de 19 años, y la menor es de 22 años.

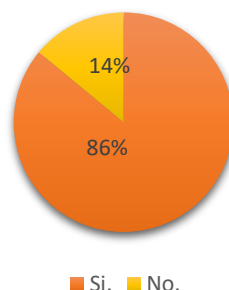
GRÁFICA B. Semestre



La mayoría de la población se concentra en tercer semestre con un 42 %, dejando a los de primer semestre con un 12 %.

La decisión de que en total se le hiciera el cuestionario al 50 % mujeres y al otro 50 % hombres fue porque hubiese sido un error sacar a los hombres y no considerarlos para algo tan importante pues ambas opiniones son igual de importantes

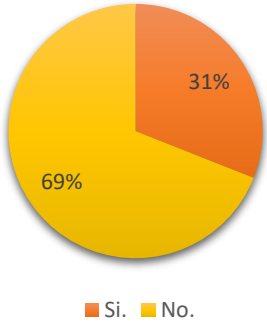
GRÁFICA 1. ¿Conoces el término líder de opinión?



El 86 % de los encuestados, afirmó que conoce el término líder de opinión, lo cual confirma que la población elegida fue correcta; por otro lado, abrió campo a que la

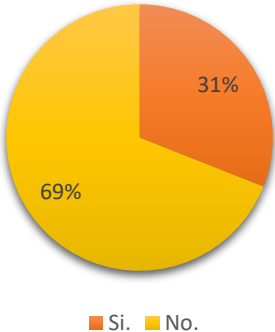
mayoría contestara las otras preguntas con más información que los demás, esto no representó que ahí concluyera el cuestionario para los que no conocían el término pues habían más preguntas en donde no era necesario, como la siguiente.

GRÁFICA 2. ¿Conoces la revista "Líderes Mexicanos"?



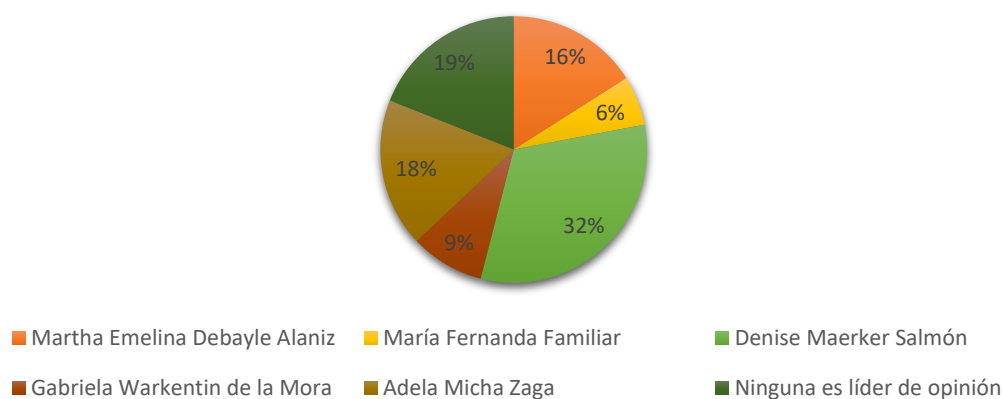
El 31 % de la población total, conocía la existencia de la revista *Líderes Mexicanos*, lo que abrió la posibilidad de que conocieran la edición que esta revista hace sobre la *lista de los 300 más influyentes en México, 2019*.

GRÁFICA 3. ¿Sabías del listado que realiza esta revista año con año sobre los 300 líderes más influyentes de México?



En esta gráfica, los porcentajes coinciden con los de la pregunta número 2. Se infiere que los mismos que dicen no conocer la revista, son los mismos que no conocen el listado, y los que dicen conocer la revista, son los mismos que dicen conocer el listado. Lo cierto es que si se revisan los reportes por escuela (anexos), dicha inferencia no es así. Pocas son las personas que dijeron no conocer la revista pero sí saber sobre la lista o al revés, pueden no saber de la lista pero sí de la revista.

GRÁFICA 4. Estas son las mujeres líderes de opinión según la revista "Líderes mexicanos" 2019. ¿A quién sí consideras una líder de opinión?, puedes elegir a más de una

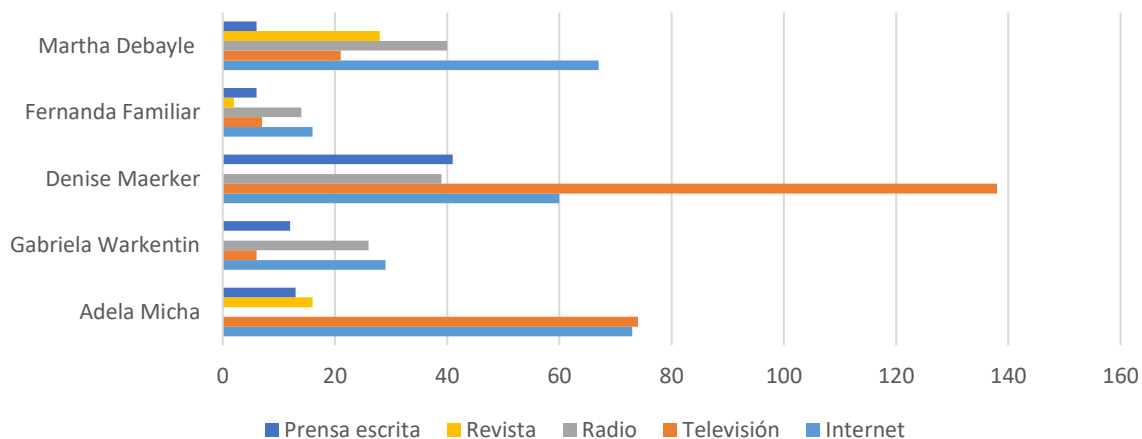


Al estudiante, se le presentó la lista de los cinco nombres de las mujeres que la revista propone como líderes de opinión, y se le cuestionó sobre quién piensan que sí es una líder de opinión.

Aquí los datos que realmente se confrontan son dos. El primero, es el 32 % que obtiene Denise Maerker, mostrando que la mayoría la considera una líder de opinión; y el siguiente dato fuerte es el del 19 % que considera que ninguna es una líder de opinión.

Adela Micha le sigue con un 18 % y Martha Debayle Alaniz con un 16 %. Con Gabriela Warkentin de la Mora (9 %), y María Fernanda Familiar (6 %), se observa que menos del 10 % de la población las consideran líderes de opinión.

GRÁFICA 5. Solo a quien elegiste, marca en qué medio le has visto, escuchado o leído



	Prensa escrita	Revista	Radio	Televisión	Internet
Martha Emelina Debayle Alaniz	6	28	40	21	67
María Fernanda Familiar Villanueva	6	2	14	7	16
Denise Maerker Salmón	41	0	39	138	60
Gabriela Warkentin de la Mora	12	0	26	6	29
Adela Micha Zaga	13	16	0	74	73

En el gráfico de la pregunta se ve del lado izquierdo el nombre de las periodistas que son consideradas líderes de opinión y debajo el medio por el cual han visto, escuchado o leído. En la tabla, son los datos desglosados en la cantidad de personas que le ven por cada medio.

- El medio por donde Denise Maerker es más vista es la televisión, contando con el voto de 138 personas; en este mismo medio le sigue Adela micha, con 74 votos; luego Martha Debayle, con 21 votos; después Fernanda Familiar, con 7; y hasta el último Gabriela Warkentin, con 6.

- Con Martha Debayle, su medio fuerte es el internet con 67 votos, al igual que Fernanda Familiar, con 16; y Gabriela Warkentin con 29.
- Adela Micha Zaga, es solo por una persona que supera la televisión (74), al internet (73).
- Las únicas que han sido vistas, escuchadas o leídas en los 5 medios que se presentaron fueron Martha Debayle y Fernanda Familiar.
Denise Maerker y Gabriela Warkentin no obtuvieron puntos en el rubro de revista, y Adela Micha, en radio.
- Se infiere que los medios masivos de comunicación en donde los estudiantes de comunicación y periodismo están más activos actualmente son: la televisión y el internet; siguiéndole la radio; después prensa escrita; y hasta el último, las revistas.

Para esta última pregunta y la siguiente (6) se excluyó el 19 % que dijo no reconocer a ninguna como una líder de opinión.

GRÁFICA 6. Solo a quien elegiste, explica brevemente, ¿sobre qué tema (s) habló/escribió, que influyó en tu opinión para que la consideraras un líder de opinión? (si contestaste a la pregunta 6, pasa a la 8)

Nombre	Temas mencionados
Martha Emelina Debayle Alaniz	<ul style="list-style-type: none"> • Moda • Estilo de vida • Conocimiento de uno mismo • Salud • Cultura • Entrevistas • Derechos de la mujer • Crisis en sociedad • Economía
María Fernanda Familiar Villanueva	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Noticias generales del país • Espectáculos • Economía • Salud mental

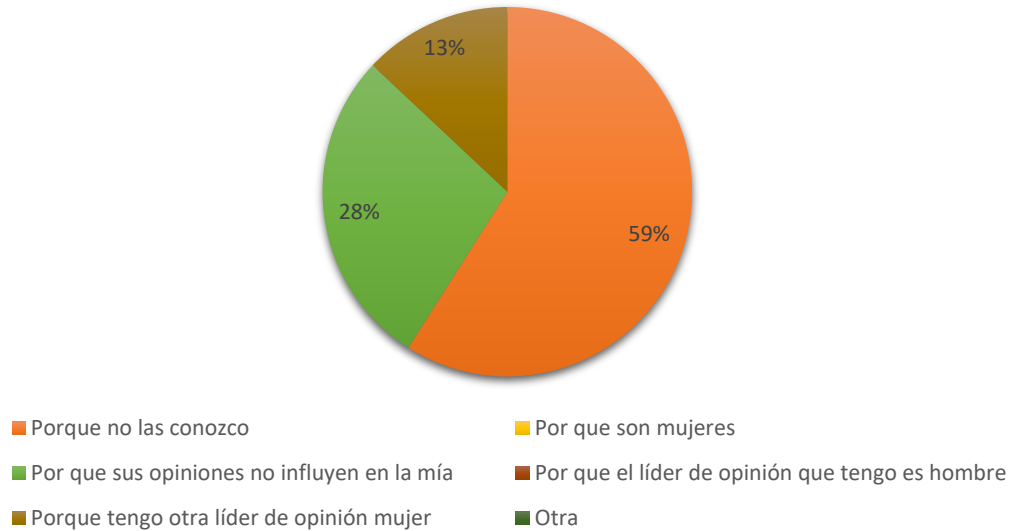
Denise Maerker Salmón	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Reportajes • Noticias generales del país • Economía • Educación
Gabriela Warkentin de la Mora	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Noticias generales del país • Cultura • Economía • Derechos de la mujer
Adela Micha Zaga	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Espectáculos • Entrevistas • Noticias generales del país

Respecto a los temas de los que hablaron cada una de ellas, se generalizaron en los siguientes rubros, no se les dio un porcentaje pero si una jerarquización, entonces se entiende que el primer tema que se muestra de su nombre es el más mencionado y el último, el que menos.

- Martha Emelina Debayle Alaniz, es reconocida por lo que habla sobre moda y el menos mencionado fue el de economía.
- María Fernanda Familiar, es reconocida por lo que habla en política, y en el tema en el que menos influye es cuando habla de salud mental.
- Denise Maerker Salmón, el tema que los estudiantes más mencionaron fue el de política e incluso aseguraban que era a través de su noticiero, que claramente, se ve reflejado en el porcentaje de la pregunta 5.
- Gabriela Warkentin de la Mora, el tema que dijeron que más influía en su opinión cuando ella lo trataba era también en política.
- Adela Micha Zaga, al igual que las anteriores influye en la opinión de los estudiantes que votaron por ella cuando habla de política.

Para la siguiente pregunta, solo se tomó en cuenta al porcentaje (19 %), que considera que para ellos ninguna es una líder de opinión.

GRÁFICA 7. ¿Por qué consideras que ellas NO son "líderes de opinión" en México? Puedes elegir más de una opción.



Respuestas	Total
Porque no las conozco	65
Porque son mujeres	0
Porque sus opiniones no influyen en la mía	31
Porque el líder de opinión que tengo es hombre	0
Porque tengo otra líder de opinión mujer	14
Otra	X
19 % =	110

Se puede deducir que de las 110 personas que consideran que las mujeres mencionadas por la lista no son líderes de opinión es porque tienen la razón al no considerarlas así, la realidad es que el 59 % afirma no conocerlas.

¿Cuál es la verdadera razón por la cual los estudiantes no las conocen? De esta pregunta se pueden desprender diferentes razones. La primera (la salida más fácil), se puede deber a factores externos de poner una opción solo por ponerla; la segunda, porque a pesar de que se encuentren en medios de comunicación masiva, cabe la posibilidad de que un porcentaje no tenga acceso a ninguno de estos; la tercera y última, puede deberse a la simple apatía de estudiante por no investigar

aunque se encuentren en la licenciatura de comunicación y periodismo pues por esto mismo es poco probable que no las reconozcan ni como periodistas.

A esto le sigue la opción de que sus opiniones en realidad no influían en la suya con un 28 %, y con un 13 % los que eligieron la opción de que la razón era porque tenían otra líder de opinión mujer.

Tres opciones son las que se mantuvieron sin ningún voto, lo que se deduce de ello es algo muy importante pues la decisión, sobre que para ellos ninguna de estas mujeres es una líder de opinión, nada tiene que ver porque sean mujeres.

GRÁFICA 8. ¿Consideras a otra MUJER MEXICANA (vigente) como “líder de opinión”? puede ser reconocida o no, trabajar en medios masivos de comunicación o no y brevemente explica de qué temas habla y por qué ha influido en tu opinión. (Podían poner a más de una)

Nombre	No. de veces mencionada	Temas de los que habló
Carmen Aristegui	59	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Análisis de noticias generales
Marion Reimers	9	<ul style="list-style-type: none"> • Deportes
Lydia Cacho	8	<ul style="list-style-type: none"> • Política
Denise Eugenia Dresser	7	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Análisis de noticias generales
Elena Poniatowska	4	<ul style="list-style-type: none"> • Política
Mariand Castrejón (Yuya)	4	<ul style="list-style-type: none"> • Diversos temas para la mujer
Yalitza Aparicio	4	<ul style="list-style-type: none"> • Defensora y activista de comunidades indígenas
Claudia Sheinbaum Pardo	3	<ul style="list-style-type: none"> • Política
Ophelia Pastrana	3	<ul style="list-style-type: none"> • Temas LGBTTTIQA
Ana Francisca Vega	2	<ul style="list-style-type: none"> • Tecnología
Marcela Turati	2	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos humanos
Salma Hayek	2	<ul style="list-style-type: none"> • Medio Ambiente
Tatiana Clouthier Carrillo	2	<ul style="list-style-type: none"> • Política

Nombre	No. de veces mencionada	Temas de los que habló
Victoria Volkova	2	• Temas LGBTTTIQA
Andrea Medina Rosas	1	• Feminismo
Cristina Pacheco	1	• Entrevistas
Fernanda Solórzano	1	• Crítica de cine
Fernanda Tapia	1	• Análisis de noticias generales
Gisselle Kuri	1	• Medio Ambiente
Karla Martínez de Salas	1	• Moda
Leticia Urbina Orduna	1	• Política y sociales
Luisa Cantú	1	• Política
María de Jesús Patricio Martínez (Marichuy)	1	• Defensora de comunidades indígenas
Marta Lamas	1	• Política • Feminismo
Nath Campos	1	• Derechos de la mujer
Patricia Chapoy Acevedo	1	• Espectáculos
Pilar Boliver	1	• Cultura
Tamara de Anda Prieto	1	• Feminismo
NO TIENEN OTRA LÍDER DE OPINIÓN MEXICANA	241	

En esta pregunta, se formó la tabla con los nombres de distintas mujeres mexicanas que estudiantes consideran como su líder de opinión. La más votada fue la periodista Carmen Aristegui, con 59 menciones. En ediciones anteriores de la lista de los 300, publicada por la revista *Líderes mexicanos*, ella si había sido considerada como líder de opinión por la revista.

Hay nombres que se encuentran en la lista de la revista *Líderes mexicanos* (2019), pero no son consideradas como líderes de opinión, sino se encuentran en otra clasificación, por ejemplo: en Poder Ejecutivo, se encuentra Claudia Sheinbaum Pardo; en Poder Legislativo, Tatiana Clouthier Carrillo; y en Espectáculos, Patricia Chapoy Acevedo, quien también en tomos anteriores era considerada como líder de opinión y se posiciona dentro de la revista como la única mujer que se ha mantenido en todas las ediciones desde que ésta inició a publicarse.

Muchas de las mujeres que están en la lista, actualmente, ejerce su profesión utilizando el internet como plataforma pero también varias de ellas iniciaron y continúan únicamente en ese medio. Algunas de ellas son: Mariand Castrejón, mejor conocida como Yuya, quien cuenta con una audiencia (según sus seguidores en YouTube) de 24 millones; Ophelia Pastrana; Victoria Volkova; Gisselle Kuri; y Nath Campos.

Para la categorización de “no tienen otra líder de opinión”, se incluyen a las personas que eligieron anteriormente a alguna de las 5 ya mencionadas por la revista y a los que dicen no tener a alguna líder mujer mexicana que influya en su opinión.

GRÁFICA 9. ¿Existe una mujer extranjera (vigente) que sea considerada líder de opinión para ti? Escribe su nombre, su país, puede trabajar en medios masivos de comunicación o no, y brevemente, explica sobre qué temas habló que influyó en tu opinión. (Podían elegir a más de una)

Mujer	País	#	Tema
Michelle Obama	EUA	10	<ul style="list-style-type: none"> • Política
Ángela Dorothea Merkel	Alemania	7	<ul style="list-style-type: none"> • Política
Malala Yousafzai	Pakistán	7	<ul style="list-style-type: none"> • Defensora de educación para la mujer
Greta Thunberg	Suecia	6	<ul style="list-style-type: none"> • Medio Ambiente
Alexandria Ocasio-Cortez	EUA	4	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Medio Ambiente
Emma Watson	Reino Unido	3	<ul style="list-style-type: none"> • Defensora Derechos Humanos
Judith Butler	EUA	3	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Feminismo
Alicia Keys	EUA	1	<ul style="list-style-type: none"> • Campaña “No Makeup”
Claudia Piñeiro	Argentina	1	<ul style="list-style-type: none"> • Feminismo
Ellen DeGeneres	EUA	1	<ul style="list-style-type: none"> • Aborda con humor temas políticos
Érika Ortega Sanoja	Venezuela	1	<ul style="list-style-type: none"> • Política
Isabel Coixet	España	1	<ul style="list-style-type: none"> • Cineasta activista

Mujer	País	#	Tema
Kate Linthicum	EUA	1	<ul style="list-style-type: none"> • Noticias de México en el extranjero
Leila Guerriero	Argentina	1	<ul style="list-style-type: none"> • Crónicas
Lenina García	Guatemala	1	<ul style="list-style-type: none"> • Defensora de Derechos Humanos
Rigoberta Menchu	Guatemala	1	<ul style="list-style-type: none"> • Defensora de Derechos Indígenas
NO TIENEN UNA LÍDER DE OPINIÓN EXTRANJERA		269	

Esta pregunta se incluyó porque es interesante conocer a las líderes extranjeras que tienen estudiantes de comunicación y periodismo, y en qué tipos de temas están interesados estas nuevas generaciones.

Las mujeres que han elegido como líderes de opinión, tratan temas que antes les era prohibido mencionar. Ahora, ellas se encargan de seguir representando y defendiendo diversas causas que llevan de base, años de lucha. Para nada es casualidad que los temas coincidan.

La más mencionada fue Michel Obama de Estados Unidos, contando con 10 personas que la consideran líder de opinión. De igual forma, se agregó la categorización “no tienen una líder de opinión extranjera”, contando con 269 votos por parte de los estudiantes.

Gráfica 10. Estos son los hombres líderes de opinión según la revista “Líderes Mexicanos” 2019. ¿A quién sí consideras un líder de opinión? puedes elegir a más de uno. (Si no consideras a alguno un “líder de opinión”, pasa a la pregunta 12)

Javier Alatorre Soria	100
Oscar Mario Beteta Vallejo	15
Paco Calderón	7
José Armando Cárdenas Vizcaíno	8

Leonardo Curzio Gutiérrez	11
Héctor de Mauleón	46
José Ramón Fernández Álvarez	43
Luis García Postigo	24
Christian Octavio Martinoli Curi	33
Leo Zuckermann Behar	75
Ciro Gómez Leyva	105
Luis Miguel González Chávez	9
Joaquín López Dóriga Velandia	87
Carlos Loret de Mola	110
Daniel Moreno Chávez	11
Mariano Alejandro Osorio Murillo	32
Enrique Gerardo Quintana López	1
Raymundo Riva Palacio Neri	53
Javier Risco Reyes	28
Quienes no consideran a ninguno como líder de opinión	128

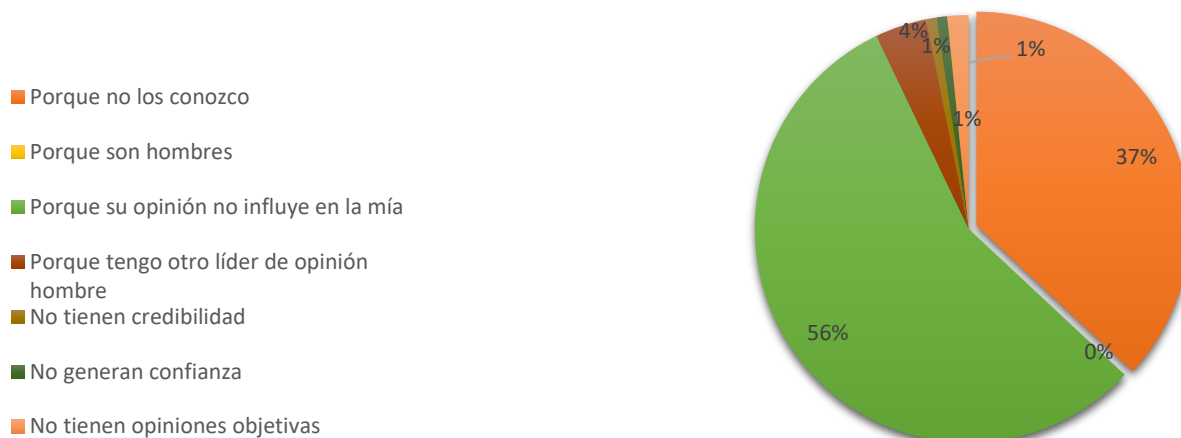
Para la pregunta 10, solamente se tomaron en cuenta a los hombres que se presentan en la lista de la revista *Líderes mexicanos*, no se buscaba excluirlos, sino se pretendió analizar el reconocimiento que tienen los estudiantes de comunicación y periodismo sobre ellos como sus líderes de opinión.

De esto último, se infiere que Denise Maerker Salmón es la líder de opinión para la mayoría (sobrepasando por un voto la mitad de la población considerada), y aunque esto puede ser cierto, también es real que estos datos pueden verse desde distintas perspectivas y afirmar que no es así:

- La primera, es que en el cuestionario, aunque la lista es presentada completa, en ningún momento se muestra junta (combinando hombres y mujeres), lo cierto es que cabe una posibilidad de que si esta lista se hubiese presentado así, la distribución de los votos sería distinta.

- La segunda perspectiva, es que la distribución de datos es distinta por la cantidad de opciones que tiene la lista de los hombres comparada con los únicos cinco nombres de mujeres.
- Y la tercera, es que entre los nombres que tenemos con más votos, tienen un factor en común observable, su impacto incrementa a ser más reconocidos porque sus carreras han sido hechas en el medio de comunicación masiva más importante y de mayor impacto, la televisión.

GRÁFICA 11. ¿Por qué consideras que ellos no son “líderes de opinión” en México? Puedes elegir más de una.

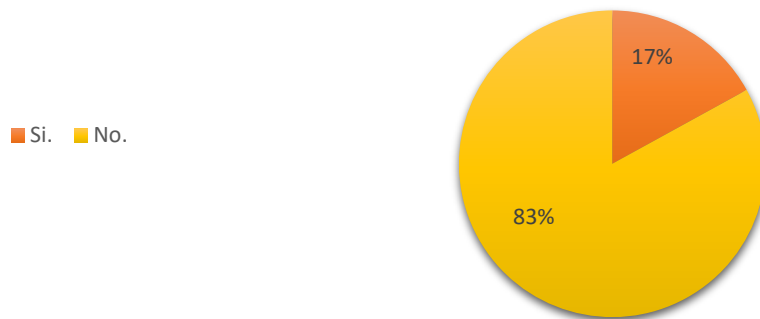


Porque no los conozco	47
Porque son hombres	0
Porque su opinión no influye en la mía	72
Porque tengo otro líder de opinión hombre	5
Otra	1
• No tienen credibilidad	
• No generan confianza	1
• No tienen opiniones objetivas	2

Esta pregunta, solo la contestaron los 128 que dijeron no considerarlos líderes de opinión. De las respuestas que se dieron en el cuestionario, desde que se les

entregó, la más votada fue “porque su opinión no influye en la mía” y en la respuesta de “Otra”, se abrieron 3 categorizaciones más que son las que se pueden ver redactadas en la tabla: dos personas afirman que no tienen opiniones objetivas; una, que no les cree; y otra que dice no tenerles confianza.

GRÁFICA 12. ¿Tienes algún otro líder de opinión (vigente), que sea hombre y que no esté mencionado en la lista? (puede ser extranjero, reconocido o no, trabajar en medios masivos de comunicación o no)



Pocos fueron los que mencionaron tener otro líder de opinión además de los mencionados por la lista de la revista (17 %). Los únicos que podían responder a la siguiente pregunta fue ese porcentaje.

GRÁFICA 13. Escribe su nombre, en qué ejerce (pueden ser varios), de qué país es (si es extranjero), y por qué lo consideras líder de opinión.

Nombre	País	#	Tema
Chumel Torres	México	6	• Política
Andrés Manuel López Obrador	México	5	• Política
Guillermo del Toro	México	5	• Cine
Nombre	País	#	Tema
Enrique Krauze	México	4	• Historia General

Luis Arturo Villar Sudek (Luisito comunica)	México	4	<ul style="list-style-type: none"> • Viajes
Carlos Marín	México	3	<ul style="list-style-type: none"> • Política
César Doroteo (Teo)	México	3	<ul style="list-style-type: none"> • Temas LGBTTTIQA
Julio Hernández López, Astillero	México	3	<ul style="list-style-type: none"> • Política
Ricardo Peralta (Pepe)	México	3	<ul style="list-style-type: none"> • Temas LGBTTTIQA
Víctor Trujillo	México	3	<ul style="list-style-type: none"> • Política
Alejandro Villalvazo Bustos	México	2	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Noticias en general
David Faitelson	México	2	<ul style="list-style-type: none"> • Deportes
Genaro Lozano	México	2	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Temas LGBTTTIQA
Alejandro Iñárritu	México	1	<ul style="list-style-type: none"> • Cine
Álvaro Cueva	México	1	<ul style="list-style-type: none"> • Crítico de diversos temas
Carlos Pérez Yee	México	1	<ul style="list-style-type: none"> • Empresario
Donald Trump	USA	1	<ul style="list-style-type: none"> • Política
Eduardo Ruiz-Healy	México	1	<ul style="list-style-type: none"> • Política
Francisco Zea	México	1	<ul style="list-style-type: none"> • Política
Horacio Villalobos	México	1	<ul style="list-style-type: none"> • Cultura
Jorge Ramos Ávalos	México	2	<ul style="list-style-type: none"> • Política
Sergio Sarmiento	México	1	<ul style="list-style-type: none"> • Política
Sergio Zurita Chávez	México	1	<ul style="list-style-type: none"> • Espectáculos
Stephen Colbert	EUA	1	<ul style="list-style-type: none"> • Política
Vladímir Putin	Rusia	1	<ul style="list-style-type: none"> • Política

Tomando las listas anteriores de las preguntas ocho y nueve, junto con esta, el tema que más toman en cuenta es política. Resalta que, aunque no tienen muchos votos, hay 4 Jefes de Estado considerados líderes de opinión: Ángela Dorothea

Merkel, Alemania; Andrés Manuel López Obrador, México; Donald Trump, Estados Unidos; y Vladímir Putin, de Rusia.

Los nombres que abundan son los que ejercen como periodistas (sobre todo en México), tan solo en la lista de la pregunta ocho, las cinco primeras mujeres que la encabezan se han dedicado a la profesión.

En esta lista también hay mencionados varios *YouTubers*, uno de ellos encabezando, Chumel Torres, con 6 personas que le consideran líder de opinión; y no alejado de él, se encuentra Luis Villar, mejor conocido como *Luisito comunica*, contando con casi 30 millones de seguidores de todo el mundo.

GRÁFICA 14. Teniendo ya la lista completa, ¿consideras que la revista “Líderes Mexicanos” acertó con todos los líderes de opinión que eligieron para la edición 2019?



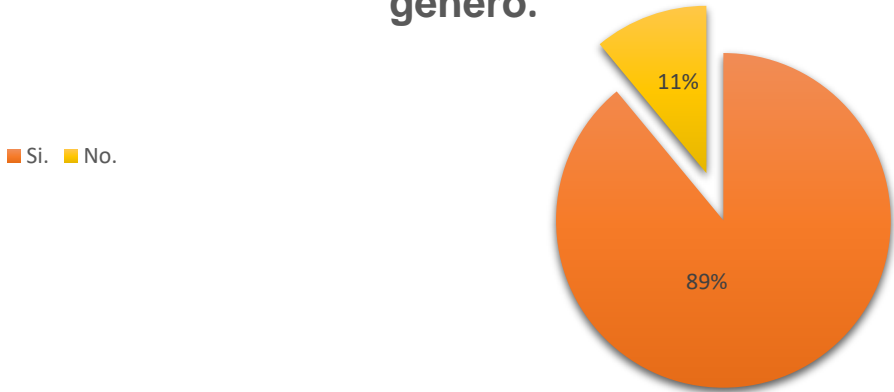
JUSTIFICA TU RESPUESTA ANTERIOR

SI	<ul style="list-style-type: none"> • Porque son reconocidos en México • Por la audiencia que los sigue • Por el acceso que tienen a la información • Por su nivel de estudios • Por la influencia que tienen • Por la accesibilidad que se tiene a ellos por los medios en los que trabajan • Por los diversos temas de los que hablan
NO	<ul style="list-style-type: none"> • No los conozco • Porque el término líder de opinión ya no significa lo mismo que antes • Sus opiniones ya no influyen • No cumplen con lo que significa ser un líder de opinión • Faltan más líderes de opinión • Ya no son vigentes

	<ul style="list-style-type: none"> • Por la poca credibilidad que tienen • Solo son elegidos por su fama • La lista es desigual en materia de género
--	---

Otra de las razones por la cual se presentó la lista completa (hombres y mujeres), fue porque se quiso saber si la revista había acertado o no con ésta. Infiriendo con las respuestas que dieron los estudiantes a la pregunta 14, la revista no acertó, teniendo de respaldo la negación del 70 %.

GRÁFICA 15. ¿Crees que en México existan los líderes de opinión? Independientemente del género.



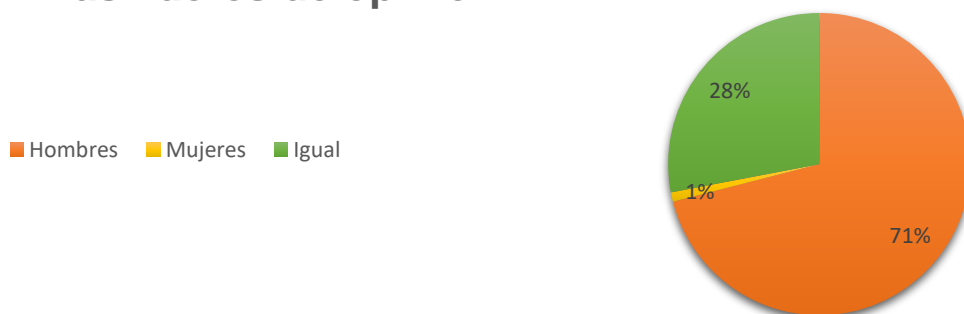
JUSTIFICA TU RESPUESTA ANTERIOR

SI	<ul style="list-style-type: none"> • Hay muchas personas en México capaces de serlo • Siempre habrá gente manipulable e influenciable en México • Si hay pero no los que necesitamos • Siempre existirán los líderes de opinión • Siempre habrá gente que busque reafirmar su opinión y siga a alguien que tenga los mismos ideales • Son tantos que por eso no los conocemos a todos • Los medios de información siempre crean a sus líderes de opinión • Los “influencers” son los nuevos líderes de opinión • Existen pero no sólo son periodistas • Existen pero ya no los encontramos en los medios convencionales • Solo los que están bien informados
NO	<ul style="list-style-type: none"> • Sólo opinan a favor de los intereses de alguien más • El término líder de opinión ya es nulo • No hay gente que influya en otras • A los que consideran como tal les hace falta objetividad y credibilidad

Es importante mencionar que si la respuesta a la pregunta 15 fue negativa, ya habían terminado el cuestionario pero la mayoría de la población a la que se le aplicó, 89 % contestó que para ellos si existen en México los líderes de opinión y esto lo justificaron con que hay muchas personas en el país capaces de serlo.

El 11 % que asegura que no existen, es porque los que se consideran como tal, solo opinan a favor de los intereses de alguien más; les hace falta objetividad y credibilidad en sus opiniones; e incluso, hay otros que aseguran que el término de líder de opinión ya es nulo.

GRÁFICA 16. Piensas que en México existen más líderes de opinión:



JUSTIFICA TU RESPUESTA ANTERIOR

Hombres	<ul style="list-style-type: none"> • Por el patriarcado en el que vivimos • No hay reconocimiento para las mujeres • Las mujeres no son tomadas en serio • No hay tantas mujeres como hombres en el medio • Los hombres no involucran sentimientos ni emociones en sus opiniones y las mujeres sí • Vivimos una sociedad machista • La desigualdad de género se nota hasta en la lista que nos presenta la revista • Se le da más tiempo en medios a los hombres • Los hombres siguen teniendo más oportunidades • Las opiniones de los hombres son más serias y creíbles
Mujeres	<ul style="list-style-type: none"> • Es más fácil confiar en ellas • La sociedad está cambiando en el tema de empoderamiento de la mujer
Igual	<ul style="list-style-type: none"> • No importa el género

	<ul style="list-style-type: none"> • Ambos aportan buena información • Todos son capaces independientemente de ser hombre o mujer • Hoy en día las oportunidades son iguales para ambos • A la hora de escuchar una opinión no importa si viene de una mujer o un hombre
--	--

Solo fueron 322 estudiantes que contestaron esta última pregunta pues ellos son los que afirmaron a la anterior, que si existen los líderes de opinión.

El resultado se inclina a que los estudiantes de comunicación y periodismo afirman que hay más hombres que mujeres siendo líderes de opinión en México con un 71 %; el 28 %, opina que son iguales; y solo el 1 %, opina que hay más mujeres que hombres, lo que se traduce a 3 personas.

El 71 % que aseguró que hay más hombres que mujeres considerados como líderes de opinión, la mayoría de las contestaciones se englobaron en el tema de la desigualdad de género que existe actualmente.

Los que contestaron que en México existen los líderes de opinión en igual cantidad, pocos fueron los que aseguraron que las oportunidades eran iguales para ambos, los demás (se infiere que por un error de entendimiento a la pregunta), se referían más a que cuando ellos siguen a líderes de opinión no toman en cuenta si son mujeres u hombres porque aparte de que no les importa el género, ambos son capaces de serlo.

Lo que sucedió con las tres personas que consideraron que existen más mujeres como líderes de opinión que hombres, dos certificaron que para ellos es más fácil confiar en una mujer al momento de dar su opinión que en un hombre; y la otra persona, opinó que la razón es porque actualmente la sociedad está cambiando por toda la lucha que se hace para el empoderamiento de la mujer.

Así es como finalizó la investigación de campo. Los datos que se obtuvieron al aplicar el cuestionario a los estudiantes de comunicación y periodismo, dan una perspectiva distinta a la teoría de los dos pasos y a lo que significa un líder de opinión en la juventud mexicana.

CONCLUSIONES

La tesis, *La mujer mexicana como líder de opinión en medios masivos de comunicación*, logró generar un debate respecto a la hipótesis planteada al inicio de la investigación, entre estudiantes mexicanos del ciclo escolar 2020-1, de los cuatro diferentes planteles que ofrecen las carreras de comunicación y periodismo.

Se confirma que todas las mujeres que identifica la revista *Líderes Mexicanos*, como líderes de opinión, en su edición 2019 de *los 300 líderes más influyentes en México*, se les otorga ese título por su presencia en el ámbito público (principalmente en medios de comunicación masiva), pero hubo un error cuando se consideró que por lo anterior, los estudiantes de comunicación y periodismo no las considerarían como tal porque la mayoría de los alumnos si lo hace.

Derivado de toda la investigación planteada dentro de la tesis, el aporte de ésta recae en cuatro puntos importantes a considerar: el primero, el término líder de opinión, debería ser nulo; el segundo, el *Influencer*, el nuevo actor del espacio público; el tercero, la falta de representatividad en México; y el cuarto, la inexistencia de un liderazgo representado por mujeres.

Para desglosar los puntos importantes anteriormente descritos, se debe partir desde el factor común que tienen los mencionados de la lista publicada considerados líderes de opinión por *Líderes mexicanos*, y este es que todos son periodistas, hombres y mujeres. Tal parece que la idea que quiere dar la revista es que solo se puede ser considerado como líder de opinión, si se es periodista.

La primera razón para pensar la premisa anterior, surge en el análisis de quiénes son los actores principales del espacio público actual: los políticos, los periodistas y los ciudadanos. Estos mismos actores reaparecen (junto con profesionistas en contacto con el gobierno o dentro de éste, grupos organizados de la sociedad civil y los comunicadores), en el concepto de *masa activa*, un pequeño grupo de público

atento por los asuntos políticos que tiene la capacidad de competencia y poder, para marcar la ruta por la cual actuará la opinión.

Un periodista, se encarga de recabar, procesar y difundir la información, su veracidad depende de lo haga bien; un líder de opinión, su función es servir de vínculo entre la información especializada que obtiene por su contacto formal y diferenciado con los distintos medios de comunicación masiva a los individuos que le siguen. Los periodistas, solo pueden dar voz a la opinión pública, más no suplantarla; los líderes de opinión, sirven como refuerzo ante ideas preexistentes y con esto ayudan en el proceso de la conformación de la opinión.

Los líderes de opinión, descubiertos por Lazarsfeld y Katz, no se hallaban únicamente en las clases más educadas o de mayor prestigio, también se ubicaban, de manera casi uniforme, en las demás clases y ocupaciones. El ejemplo más claro, se obtiene de las respuestas de los estudiantes encuestados al reconocer como líderes de opinión a cineastas, empresarias (os), cantantes e incluso *Influencers*.

Se debe retomar el vocablo *liderazgo*, definido ya como: un proceso o situación donde una persona, de acuerdo a sus capacidades, se encarga de resolver los problemas cotidianos de la vida de los seguidores que se hallan bajo su influjo. A esta persona se le denomina *líder* porque su propósito es el de dirigir e incluso llegar a moldear la conducta del grupo que le considere como tal.

Una de las conclusiones significativas de la *teoría de los dos pasos*, es que las noticias y opiniones acerca de un asunto, reciben la mayor atención de parte de aquellos que están más interesados en la cuestión, es decir, aquellos cuyas opiniones ya están formadas y con las cuales ya están de acuerdo. Los líderes de opinión, no influyen en la opinión de alguien más, estos solo son representantes o proyecciones de la sociedad y producen identificación ya que es idéntico a quien lo reconoce, por esto mismo no se le puede llamar *líder* a un líder de opinión.

Ahora bien, no es coincidencia que el tema que más se repitiera entre los estudiantes encuestados (el que más tomaban en cuenta cuando su líder de opinión

lo trataba), fuera el de política, independientemente de la profesión que ejercen. Este supuesto de que un líder de opinión trata únicamente temas políticos, viene tanto de su contexto de surgimiento, como de lo que antes se trataba en el espacio público como público.

Se reconoce el actual espacio público en los medios de comunicación y su relación con lo privado y lo público, donde la sociedad es la que impone los temas de interés en cosas antes consideradas no solo privadas, sino íntimas. Es aquí donde surge del internet un nuevo actor, considerado por los estudiantes como un líder de opinión, los *Influencers*.

El nuevo actor se caracteriza por ser una persona común y corriente, poseedor de su imagen, y tiene una gran cantidad de seguidores en las cuentas de redes sociales que éste posee (*Youtube, Facebook, Twitter, Instagram, etcétera*). Los usuarios que le siguen, se sienten identificados con el contenido que comparte pues se caracteriza por ser personal, además de que creen generar una cercanía con él, ya que los *influencers* tienen como ventaja saber lo que opinan de su contenido por comentarios que pueden dejar las audiencias que le siguen en las diferentes plataformas y muchas veces, a través de estos, consentirá a su público haciendo lo que le pidan crear.

Actualmente, este actor se ve envuelto en algo denominado *marketing de influencers*, donde empresas los contratan para promocionar sus productos a través de sus redes (aprovechando sus audiencias), y así, empresa e *influencers*, se benefician el uno con el otro para generar ingresos muy lucrativos. Los seguidores valoran la opinión que tienen ellos respecto a un producto que se encargan en probar (incluso antes de que la empresa lo lance al mercado o genere su propia publicidad), esto porque consideran que su opinión es objetiva. Este nuevo actor comparte también muchas características con lo que significa ser un líder de opinión, pero sucede como con los periodistas, no son lo mismo.

En el nuevo espacio público, como explica Toussaint, donde ya no se trata de individuos sino de instituciones (el aparato político, los medios de información

masiva y una opinión pública masiva representada por las encuestas), el periodista ejerce un papel de intermediación entre lo político y el ciudadano, la cual siempre tendrá el elemento presente del crecimiento de la esfera de información por sobre las otras dos que conforman el espacio público, creándose así un tipo de autonomía de la información que hace que, el político como actor, dependa de las reglas que los medios le impongan para llegar a sus votantes y generar una labor de convencimiento. A todo lo anterior se le denomina *crisis de representatividad*, la cual también, genera que los fundamentos de la política representativa hoy se hallen socavados e incluso parezca que el grupo social no tiene intereses generales.

En México, históricamente, la ciudadanía no se siente representada por el aparato político ni por los medios de información masiva. La desconfianza que tienen específicamente hacia esta última institución, se genera por tres posibles razones: las intenciones que puedan tener para sus audiencias; la información falsa que puede traer sus contenidos; y por su actor principal, los periodistas.

El país han favorecido a tres importantes consorcios mediáticos: *Televisa*, *Televisión Azteca*, e *Imagen Televisión*. La población encuestada, reconoció notablemente, cuatro nombres de periodistas cuya formación profesional ha sido ejercida por años al frente de los noticiarios principales de estas empresas: Denise Maerker, *Televisa*; Carlos Loret de Mola, *Televisa*; Ciro Gómez Leyva, *Imagen Televisión*; y Javier Alatorre, *Televisión Azteca*.

Al preguntarle a los estudiantes el por qué no consideraron a alguno como líder de opinión, se ve reflejada *la crisis de representatividad*. Un porcentaje considerable en la lista de mujeres, se inclinó a ni siquiera conocerlas, y otra opción que resalta es que ellas no influyen en su opinión; lo mismo pasa con la lista de los hombres, pero la opción que recibe más puntos es la que su opinión no influye en la suya, además de que, se abren tres opciones más, que aunque tienen muy pocos puntos, no son líderes de opinión para ellos porque: no tienen credibilidad, no generan confianza y no tienen opiniones objetivas.

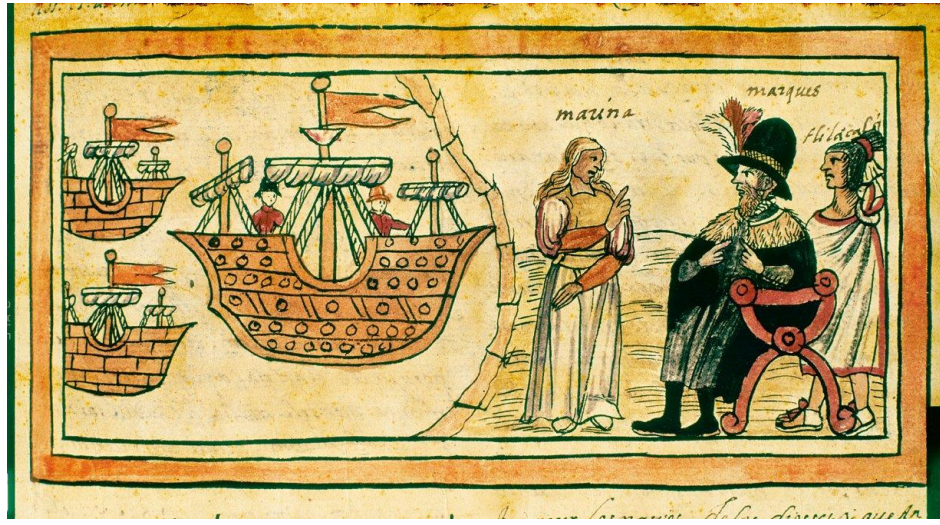
Es falso que por la *crisis de representatividad* parezca que el grupo social no tiene intereses generales, al contrario, en México se tienen claros, tal es que, como ya se había mencionado, el tema que más se repitió al aplicar el cuestionario fue el de política. Hace falta prestar atención a la diversidad de temas por los que ahora la sociedad está interesada, de esto es donde deriva la llamada *crisis de representatividad* pues ni la institución política, ni la de los medios de comunicación, responde concretamente las demandas de la ciudadanía.

Para finalizar, en México aún no se puede establecer que se tenga un auténtico liderazgo de opinión representado por mujeres, y no solo por el hecho de que el término líder de opinión deba anularse, sino porque actualmente, el liderazgo de las mujeres, continua sin estar a la par a lo que se trata como el liderazgo de hombres. Nada tiene que ver con que las mujeres no busquen, no quieran o no sean capaces para serlo, sino que es innegable que aún las mujeres mexicanas viven en situación de desventaja ante el género masculino.

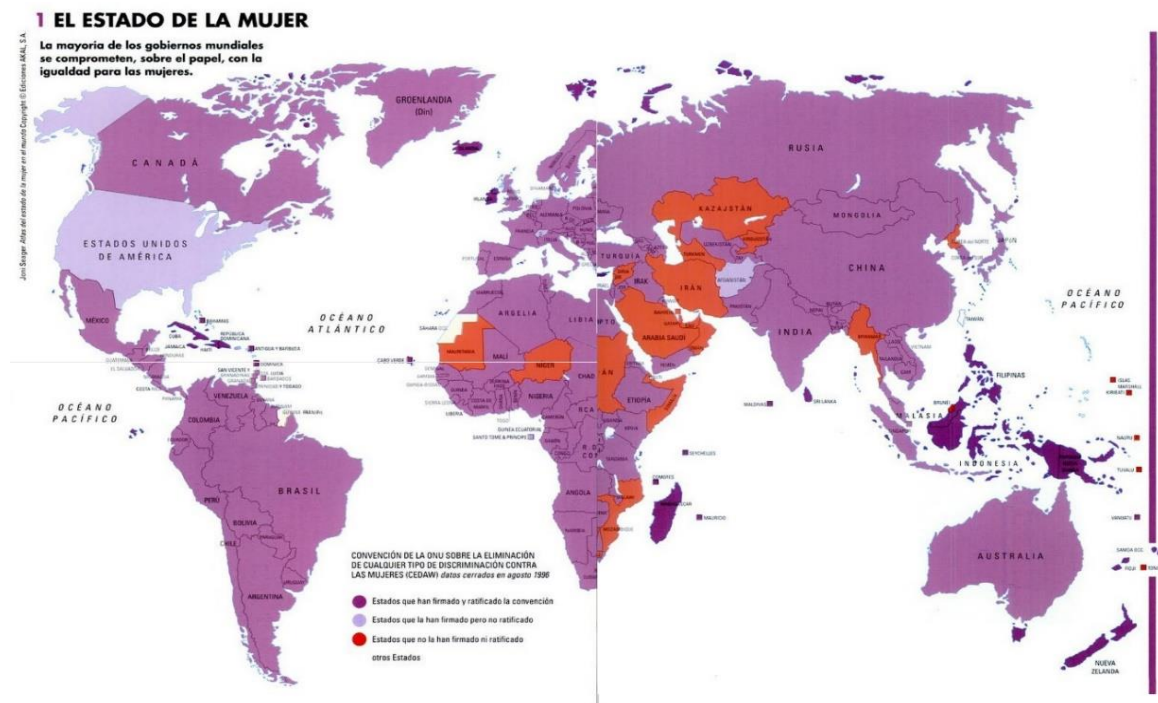
Como panorama alentador, los estudiantes están conscientes que aún falta mucho para que deje de existir la desigualdad e inequidad de género pero logran identificar y estar conscientes de muchas de las razones por las cuales esto sigue siendo así; además, la investigación nada tuvo que ver con que no sean consideradas líder de opinión por la razón de ser mujeres y todo esto se suma a los logros obtenidos de la realización de la presente tesis.

ANEXOS

Anexo 1: “Primer encuentro de Malinalli con Hernán Cortés”. *Códice de Diego Durán*. Siglo XVI. Biblioteca Nacional, Madrid.



Anexo 2: Seager Joni, *Atlas, akal, del estado de la mujer del mundo*, España, Ediciones Akal, 2001, 14-15.



Anexo 3:

Materias en las que los estudiantes de la licenciatura en comunicación y/o periodismo analizan posiblemente el término “Líder de opinión”	
Escuela y carrera	Semestre y materia
<p>Escuela: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales Carrera: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación</p>	<p>Tercer semestre Materia: Teorías de la Comunicación I 1.1.2. Las corrientes funcionalistas (Talcott Parsons, Robert K. Merton y Charles R. Wright). 1.1.3. Las mediciones empiristas de Paul F. Lazarsfeld. Cuarto Semestre Materia: Teorías de la Comunicación II 5. 1. 3. Opinión Pública</p>
<p>Escuela: Facultad de Estudios Superiores Aragón Carrera: Licenciatura en Comunicación y periodismo</p>	<p>Primer semestre Materia: Teoría y medios de comunicación I 1. Perspectiva teórica del funcionalismo: el proceso de la comunicación. 1. 3. 2. Paul Lazarsfeld Segundo semestre Materia: Sociología de la Comunicación 3. Teorías sobre la comunicación de las masas Quinto semestre Materia: Opinión Pública 3.2 Líderes de opinión</p>
<p>Escuela: Facultad de Estudios Superiores Acatlán Carrera: Licenciatura en Comunicación</p>	<p>Primer Semestre Materia: Bases teóricas de la comunicación Séptimo semestre Materia: Opinión Pública (Todo el temario específicamente 4.4 Líderes de Opinión)</p>
<p>Escuela: Escuela de periodismo Carlos Septién García Carrera: Periodismo</p>	<p>Segundo semestre Materia: Teoría de la Comunicación</p>

Anexo 4: Instrumento de medición, cuestionario



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MEXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGON



El objetivo del presente cuestionario es conocer la percepción de estudiantes de comunicación y/o periodismo acerca del papel de la mujer mexicana en el ámbito profesional de la comunicación como líder de opinión.

INSTRUCCIONES:

- **SUBRAYA, TACHA, ETC.,** y **ESCRIBE con PLUMA** (en las partes que se requieran), la respuesta que elegiste, lo más **CLARO** posible.
- En caso de **EQUIVOCARTE** también **HAZLO NOTAR**, esto para no tergiversar tus respuestas.
- El cuestionario es **INDIVIDUAL** y es por **AMBAS CARAS DE LA HOJA**.
- Recuerda que no hay respuestas correctas o incorrectas solo se te pide contestar con **HONESTIDAD**.

EDAD: _____ SEMESTRE: _____ GÉNERO: Masculino _____ Femenino _____

CARRERA Y ESCUELA: _____

- ¿Conoces el término "líder de opinión"?
 - SI _____
 - NO _____
- ¿Conoces la revista "Líderes mexicanos"?
 - SI _____
 - NO _____
- ¿Sabías del listado que realiza esta revista año con año sobre los 300 líderes más influyentes de México?
 - SI _____
 - NO _____
- Estas son las mujeres líderes de opinión según la revista "Líderes Mexicanos" 2019. ¿A quién sí consideras una líder de opinión?, puedes elegir a más de una. (Si no consideras a alguna un "líder de opinión", pasa a la **pregunta 7**)
 - Martha Emelina Debayle Alaniz
 - Gabriela Warkentin de la Mora
 - María Fernanda Familiar Villanueva
 - Adela Micha Zaga
 - Denise Maerker Salmón

5. Solo a quien elegiste, marca en qué medio le has visto, escuchado o leído.

Martha Debayle	Prensa escrita	Revista	Radio	Televisión	Internet
Fernanda Familiar	Prensa escrita	Revista	Radio	Televisión	Internet
Denise Maerker	Prensa escrita	Revista	Radio	Televisión	Internet
Gabriela Warkentin	Prensa escrita	Revista	Radio	Televisión	Internet
Adela Micha	Prensa escrita	Revista	Radio	Televisión	Internet

6. Solo a quien elegiste, explica brevemente, ¿sobre qué tema(s) habló/escibió, que influyó en tu opinión para que la consideraras un líder de opinión?

Martha Debayle	
Fernanda Familiar	
Denise Maerker	
Gabriela Warkentin	
Adela Micha	

(Si contestaste la **pregunta 6**, pasa a la **pregunta 8**)

- ¿Por qué consideras que ellas **NO** son "líderes de opinión" en México? Puedes elegir más de una.
 - Porque no las conozco
 - Porque son mujeres
 - Porque sus opiniones no influyen en la mía
 - Porque el líder de opinión que tengo es hombre
 - Porque tengo otro líder de opinión mujer
 - Otra _____
- ¿Consideras a otra **MUJER MEXICANA** (vigente) como "líder de opinión"? puede ser reconocida o no, trabajar en medios masivos de comunicación o no y brevemente explica de qué temas habla y por qué ha influido en tu opinión. Si tienes a más de una que consideres "líder de opinión", separa claramente las ideas. En dado caso de que tu respuesta sea **negativa** pasa a la **pregunta 9**.

CONTINÚA ATRÁS

9.- ¿Existe una **MUJER EXTRANJERA** (vigente) que sea considerada líder de opinión para ti?, escribe su **nombre**, su **país**, puede ser reconocida o no, trabajar en medios masivos de comunicación o no, y brevemente, **explica** sobre qué temas habló, que **influyó en tu opinión**. Si tienes a más de una que consideres "líder de opinión", separa claramente las ideas. En dado caso de que tu respuesta sea **negativa** pasa a la **pregunta 10**.

10.- Estos son los hombres líderes de opinión según la revista "Líderes Mexicanos" 2019. ¿A quién sí consideras un líder de opinión?, puedes elegir a más de uno. (Si no consideras a alguno un "líder de opinión", pasa a la **pregunta 11**)

- Javier Alatorre Soria
- Oscar Mario Beteta Vallejo
- Paco Calderón
- José Armando Cárdenas Vizcaino
- Leonardo Curzio Gutiérrez
- Héctor de Mauleón
- José Ramón Fernández Álvarez
- Luis García Postigo
- Christian Octavio Martinoli Curi
- Leo Zuckermann Behar
- Ciro Gómez Leyva
- Luis Miguel González Chávez
- Joaquín López Dóriga Velandia
- Carlos Lorete de Mola
- Daniel Moreno Chávez
- Mariano Alejandro Osorio Murillo
- Enrique Gerardo Quintana López
- Raymundo Riva Palacio Neri
- Javier Risco Reyes

(Si elegiste a alguien en la lista pasa a la **pregunta 12**)

- ¿Por qué consideras que ellos **NO** son "líderes de opinión" en México? Puedes elegir más de una.
 - Porque no los conozco
 - Porque son hombres
 - Porque su opinión no influye en la mía
 - Porque tengo otro líder de opinión hombre
 - Otra _____

12.- ¿Tienes algún otro **líder de opinión** (vigente), que sea hombre y que no esté mencionado en la lista? (puede ser extranjero, reconocido o no, trabajar en medios masivos de comunicación o no)

- SI _____
- NO _____

En dado caso de que tu respuesta anterior sea **negativa** pasa a la **pregunta 14**

13.- Escribe su nombre, en qué ejerce (pueden ser varios), de qué país es (si es extranjero), y por qué lo consideras líder de opinión. Si tienes a más de uno que consideres "líder de opinión", separa claramente las ideas.

14.- Teniendo ya la lista completa, ¿consideras que la revista "Líderes mexicanos" acertó con todos los líderes de opinión que eligieron para la edición 2019?

- SI _____
- NO _____

Justifica tu respuesta anterior

15.- ¿Crees que en México existan los líderes de opinión? (independientemente del género)

- SI _____
- NO _____

Justifica tu respuesta anterior.

Si tu respuesta fue **negativa** y ya justificaste, **has terminado**.

16.- Piensas que en México existen más líderes de opinión:

- HOMBRES _____
- IGUAL _____
- MUJERES _____

Justifica tu respuesta anterior.

GRACIAS POR TU PARTICIPACIÓN

Anexo 5: Reporte particular de FCPyS

CIENCIAS POLÍTICAS Licenciatura: "Ciencias de la comunicación"
 Cuestionarios aplicados: 120
 Cuestionarios aplicados a mujeres: 60
 Cuestionarios aplicados a hombres: 60

Edad

19 años: 46	20 años: 26	21 años: 25
22 años: 25	23 años: 12	

Semestre

Primero: 7	Tercero: 56	Quinto: 23
Séptimo: 34	Noveno: 0	

1.- ¿Conoces el término "líder de opinión"?

SI: 113
NO: 7

2.- ¿Conoces la revista "Líderes Mexicanos"?

SI: 29
NO: 91

3.- ¿Sabías del listado que realiza esta revista año con año sobre los 300 líderes más influyentes de México?

SI: 40
NO: 80

4.- Estas son las mujeres líderes de opinión según la revista "Líderes Mexicanos" 2019. ¿A quién sí consideras una líder de opinión?, puedes elegir a más de una. (Si no consideras a alguna un "líder de opinión", pasa a la pregunta 7)

Martha Emelina Debayle Alaniz	De 120: 33
María Fernanda Familiar Villanueva	De 120: 9
Denise Maerker Salmón	De 120: 66
Gabriela Warkentin de la Mora	De 120: 13
Adela Micha Zaga	De 120: 32
Quienes no consideran a ninguna como líder de opinión	De 120: 37

5.- Solo a quien elegiste, marca en qué medio le has visto, escuchado o leído

	Prensa escrita	Revista	Radio	Televisión	Internet
Martha Emelina Debayle Alaniz		7	14	6	25
María Fernanda Familiar Villanueva			6	2	3
Denise Maerker Salmón	10		9	43	20
Gabriela Warkentin de la Mora	1		6		8
Adela Micha Zaga	1			17	26

6.- Solo a quien elegiste, explica brevemente, ¿sobre qué tema (s) habló/escribió, que influyó en tu opinión para que la consideraras un líder de opinión? (si contestaste a la pregunta 6, pasa a la 8)

	Temas mencionados
Martha Emelina Debayle Alaniz	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de uno mismo • Salud • Moda • Estilo de vida • Derechos de la mujer • Entrevistas • Economía
María Fernanda Familiar Villanueva	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Noticias generales del país • Salud mental
Denise Maerker Salmón	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Noticias generales del país • Economía • Educación
Gabriela Warkentin de la Mora	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos de la mujer • Política • Economía • Noticias generales del país
Adela Micha Zaga	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Noticias generales del país • Entrevistas • Espectáculos

7.- ¿Por qué consideras que ellas NO son "líderes de opinión" en México? Puedes elegir más de una opción.

Porque no las conozco	18
Porque son mujeres	0
Porque sus opiniones no influyen en la mía	9
Porque el líder de opinión que tengo es hombre	0
Porque tengo otra líder de opinión mujer	10
Otra	x

8.- ¿Consideras a otra MUJER MEXICANA (vigente) como "líder de opinión" puede ser reconocida o no, trabajar en medios masivos de comunicación o no y brevemente explica de qué temas habla y por qué ha influido en tu opinión

Carmen Aristegui	2 3	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Análisis de noticias generales
Marta Lamas	1	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Feminismo
Mariand Castrejón Castañeda (yuya)	3	<ul style="list-style-type: none"> • Diversos temas para la mujer
Elena Poniatowska	3	<ul style="list-style-type: none"> • Política
María de Jesús Patricio Martínez (Marichuy)	1	<ul style="list-style-type: none"> • Defensora de comunidades indígenas
Mónica Garza	1	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Entrevistas
Yalitza Aparicio	1	<ul style="list-style-type: none"> • Defensora y activista de comunidades indígenas
Ophelia Pastrana	1	<ul style="list-style-type: none"> • Temas LGBTTTIQA
Vitoria Volkova	1	<ul style="list-style-type: none"> • Temas LGBTTTIQA
Lydia Cacho	3	<ul style="list-style-type: none"> • Política
Marion Reimers	1	<ul style="list-style-type: none"> • Deportes
NO TIENEN OTRA LÍDER DE OPINIÓN MEXICANA	79	

9.- ¿Existe una mujer extranjera (vigente) que sea considerada líder de opinión para ti? Escribe su nombre, su país, puede trabajar en medios masivos de comunicación o no, y brevemente, explica sobre qué temas habló que influyó en tu opinión.

Mujer	País	#	Tema
Angela Dorothea Merkel	Alemania	3	<ul style="list-style-type: none"> • Política
Malala Yousafzai	Pakistán	3	<ul style="list-style-type: none"> • Defensora de educación para la mujer
Judith Butler	EUA	3	<ul style="list-style-type: none"> • Política y Feminismo
Greta Thunberg	Suecia	3	<ul style="list-style-type: none"> • Medio ambiente
Michelle Obama	EUA	5	<ul style="list-style-type: none"> • Política
Alicia Keys	EUA	1	<ul style="list-style-type: none"> • Campaña "No Makeup"
Claudia Piñeiro	Argentina	1	<ul style="list-style-type: none"> • Feminismo
Alexandria Ocasio-Cortez	EUA	1	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Medio Ambiente
Isabel Coixet	España	1	<ul style="list-style-type: none"> • Cineasta activista
NO TIENEN UNA LÍDER DE OPINIÓN EXTRANJERA		99	

10.- Estos son los hombres líderes de opinión según la revista "Líderes Mexicanos" 2019. ¿A quién sí consideras un líder de opinión? puedes elegir a más de uno. Si no consideras a alguno un "líder de opinión", pasa a la pregunta 12)

Javier Alatorre Soria	39
Oscar Mario Beteta Vallejo	3
Paco Calderón	2
José Armando Cárdenas Vizcaíno	2
Leonardo Curzio Gutiérrez	3
Héctor de Mauleón	13
José Ramón Fernández Álvarez	15
Luis García Postigo	11
Christian Octavio Martinoli Curi	11
Leo Zuckermann Behar	27
Ciro Gómez Leyva	44
Luis Miguel González Chávez	5
Joaquín López Dóriga Velandia	37
Carlos Lore de Mola	36
Daniel Moreno Chávez	3
Mariano Alejandro Osorio Murillo	13
Enrique Gerardo Quintana López	

Raymundo Riva Palacio Neri	13
Javier Risco Reyes	10
Quienes no consideran a ninguno como líder de opinión	43

11.- ¿Por qué consideras que ellos no son "líderes de opinión" en México? Puedes elegir más de una.

Porque no los conozco	16
Porque son hombres	
Porque su opinión no influye en la mía	20
Porque tengo otro líder de opinión hombre	2
Otra	<ul style="list-style-type: none"> • No generan confianza • No tienen opiniones objetivas • No tienen credibilidad

12.- ¿Tienes algún otro líder de opinión (vigente), que sea hombre y que no esté mencionado en la lista? (puede ser extranjero, reconocido o no, trabajar en medios masivos de comunicación o no)

SI: 18
NO: 102

13.- Escribe su nombre, en qué ejerce (pueden ser varios), de qué país es (si es extranjero), y por qué lo consideras líder de opinión.

Nombre	País	#	Tema
David Faitelson	México	2	• Deportes
Luis Arturo Villar Sudek (Luisito comunica)	México	2	• Viajes
Sergio Zurita Chávez	México	1	• Espectáculos
Donald Trump	EUA	1	• Política
Ricardo Peralta (Pepe)	México	2	• Temas LGBTTTIQA
César Doroteo (Teo)	México	2	• Temas LGBTTTIQA
Genaro Lozano	México	1	• Política y temas LGBTTTIQA
Enrique Krauze	México	1	• Historia General

Eduardo Healy Ruiz-	México	1	• Política
Andrés Manuel López Obrador	México	3	• Política
Alejandro Villalvazo Bustos	México	2	• Política y noticias en general

14.- Teniendo ya la lista completa, ¿consideras que la revista "Líderes Mexicanos" acertó con todos los líderes de opinión que eligieron para la edición 2019?

SI: 38
NO: 82

☑ JUSTIFICA TU RESPUESTA ANTERIOR

SI	<ul style="list-style-type: none"> • Porque son reconocidos en México • Por la influencia que tienen • Por la accesibilidad que se tiene en ellos por los medios en los que trabajan • Por los diversos temas de los que han hablado
NO	<ul style="list-style-type: none"> • No los conozco • Faltan más líderes de opinión • Sus opiniones ya no influyen • Por la poca credibilidad que tienen • Solo son elegidos por su fama • La lista es desigual en materia de género • No cumplen con lo que significa ser un líder de opinión

15.- ¿Crees que en México existan los líderes de opinión? Independientemente del género.

SI: 111
NO: 9

JUSTIFICA TU RESPUESTA ANTERIOR

SI	<ul style="list-style-type: none"> • Hay muchas personas en México capaces de serlo • Siempre habrá gente manipulable e influenciable en México • Siempre existirán los líderes de opinión • Los medios de información siempre crean a sus líderes de opinión • Son tantos que por eso no los conocemos a todos
----	--

NO	<ul style="list-style-type: none"> • Sólo opinan a favor de los intereses de alguien más • El término líder de opinión ya es nulo
----	---

Si la respuesta anterior había sido negativa, ya habrían terminado el cuestionario.

16.- Piensas que en México existen más líderes de opinión:

Hombres: 97
Mujeres: 0
Igual: 14

JUSTIFICA TU RESPUESTA ANTERIOR

Hombres	<ul style="list-style-type: none"> • No hay reconocimiento para las mujeres • Vivimos una sociedad machista • Se le da más tiempo en medios a los hombres • Los hombres siguen teniendo más oportunidades • Las mujeres no son tomadas en serio • Por el patriarcado en el que vivimos • No hay tantas mujeres como hombres en el medio • Los hombres no involucran sentimientos ni emociones en sus opiniones y las mujeres si • La desigualdad de género se nota hasta en la lista que nos presenta la revista • Las opiniones de los hombres son más serias y creíbles
Mujeres	<ul style="list-style-type: none"> • Igual • No importa el género • Ambos aportan buena información • Todos son capaces independientemente de ser hombre o mujer • A la hora de escuchar una opinión no importa si viene de una mujer o un hombre

Anexo 6: Reporte particular de FES Acatlán

FES ACATLÁN Licenciatura: "Comunicación"
 Cuestionarios aplicados: 100
 Cuestionarios aplicados a mujeres: 50
 Cuestionarios aplicados a hombres: 50
 Edad

19 años: 21	20 años: 35	21 años: 20
22 años: 12	23 años: 12	

Semestre

Primero: 4	Tercero: 49	Quinto: 34
Séptimo: 13	Noveno: 0	

1.- ¿Conoces el término "líder de opinión"?
 SI: 73
 NO: 27

2.- ¿Conoces la revista "Líderes Mexicanos"?
 SI: 38
 NO: 62

3.- ¿Sabías del listado que realiza esta revista año con año sobre los 300 líderes más influyentes de México?
 SI: 27
 NO: 73

4.- Estas son las mujeres líderes de opinión según la revista "Líderes mexicanos" 2019. ¿A quién sí consideras una líder de opinión?, puedes elegir a más de una. (Si no consideras a alguna un "líder de opinión", pasa a la pregunta 7)

Martha Emelina Debayle Alaniz	De 100: 22
María Fernanda Familiar Villanueva	De 100: 11
Denise Maerker Salmón	De 100: 42
Gabriela Warkentin de la Mora	De 100: 9
Adela Micha Zaga	De 100: 28
Quienes no consideran a ninguna como líder de opinión	De 100: 33

5.- Solo a quien elegiste, marca en qué medio le has visto, escuchado o leído.

	Prensa escrita	Revista	Radio	Televisión	Internet
Martha Emelina Debayle Alaniz	3	4	9	8	12

María Fernanda Familiar Villanueva			2	1	8
Denise Maerker Salmón	5		11	33	14
Gabriela Warkentin de la Mora	1		5	2	6
Adela Micha Zaga	2		5	22	17

6.- Solo a quien elegiste, explica brevemente, ¿sobre qué tema (s) habló/escibió, que influyó en tu opinión para que la consideraras un líder de opinión? (si contestaste a la pregunta 6, pasa a la 8)

	Temas mencionados
Martha Emelina Debayle Alaniz	<ul style="list-style-type: none"> • Moda • Conocimiento de uno mismo • Salud • Cultura • Estilo de vida • Derechos de la mujer • Economía
María Fernanda Familiar Villanueva	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Noticias generales del país • Economía
Denise Maerker Salmón	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Reportajes • Noticias generales del país • Economía
Gabriela Warkentin de la Mora	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos de la mujer • Política • Noticias generales del país
Adela Micha Zaga	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Espectáculos • Entrevistas • Noticias generales del país

7.- ¿Por qué consideras que ellas NO son "líderes de opinión" en México? Puedes elegir más de una opción.

Porque no las conozco	20
Porque son mujeres	0
Porque sus opiniones no influyen en la mía	10

Porque el líder de opinión que tengo es hombre 0

Porque tengo otra líder de opinión mujer 3

Otra x

8.- ¿Consideras a otra MUJER MEXICANA (vigente) como "líder de opinión" puede ser reconocida o no, trabajar en medios masivos de comunicación o no y brevemente explica de qué temas habla y por qué ha influido en tu opinión.

Carmen Aristegui	19	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Análisis de noticias generales
Elena Poniatowska	2	<ul style="list-style-type: none"> • Política
Mariand Castrejón Castañeda (yuya)	1	<ul style="list-style-type: none"> • Diversos temas para la mujer
Salma Hayek	2	<ul style="list-style-type: none"> • Medio Ambiente
Tatiana Clouthier	2	<ul style="list-style-type: none"> • Política
Fernanda Solórzano	1	<ul style="list-style-type: none"> • Crítica de cine
Patricia Chapoy	1	<ul style="list-style-type: none"> • Espectáculos
Andrea Medina Rosas	1	<ul style="list-style-type: none"> • Feminismo
Leticia Urbina Orduna	1	<ul style="list-style-type: none"> • Política y sociales
Claudia Sheinbaum	3	<ul style="list-style-type: none"> • Política
NO TIENEN OTRA LÍDER DE OPINIÓN MEXICANA	72	

9.- ¿Existe una mujer extranjera (vigente) que sea considerada líder de opinión para ti? Escribe su nombre, su país, puede trabajar en medios masivos de comunicación o no, y brevemente, explica sobre qué temas habló que influyó en tu opinión.

Mujer	País	#	Tema
Michelle Obama	EUA	3	<ul style="list-style-type: none"> • Política
Emma Watson	Reino Unido	2	<ul style="list-style-type: none"> • Defensora Derechos Humanos
Ángela Dorothea Merkel	Alemania	4	<ul style="list-style-type: none"> • Política
Rigoberta Menchu	Guatemala	1	<ul style="list-style-type: none"> • Defensora de Derechos Indígenas
Malala Yousafzai	Pakistán	1	<ul style="list-style-type: none"> • Defensora de educación para la mujer
Greta Thunberg	Suecia	1	<ul style="list-style-type: none"> • Medio Ambiente

Alexandria Ocasio-Cortez	EUA	1	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Medio Ambiente
NO TIENEN UNA LÍDER DE OPINIÓN EXTRANJERA		87	

10.- Estos son los hombres líderes de opinión según la revista "Líderes Mexicanos" 2019. ¿A quién sí consideras un líder de opinión? puedes elegir a más de uno. Si no consideras a alguno un "líder de opinión", pasa a la pregunta 12)

Javier Alatorre Soria	25
Oscar Mario Beteta Vallejo	4
Paco Calderón	2
José Armando Cárdenas Vizcaíno	1
Leonardo Curzio Gutiérrez	2
Héctor de Mauleón	5
José Ramón Fernández Álvarez	11
Luis García Postigo	3
Christian Octavio Martinoli Curi	10
Leo Zuckermann Behar	14
Ciro Gómez Leyva	19
Luis Miguel González Chávez	1
Joaquín López Dóriga Velandía	18
Carlos Loret de Mola	21
Daniel Moreno Chávez	
Mariano Alejandro Osorio Murillo	8
Enrique Gerardo Quintana López	
Raymundo Riva Palacio Neri	3
Javier Risco Reyes	5
Quienes no consideran a ninguno como líder de opinión	42

11.- ¿Por qué consideras que ellos no son "líderes de opinión" en México? Puedes elegir más de una.

Porque no los conozco	16
Porque son hombres	0
Porque su opinión no influye en la mía	28
Porque tengo otro líder de opinión hombre	2
Otra	x

12.- ¿Tienes algún otro líder de opinión (vigente), que sea hombre y que no esté mencionado en la lista? (puede ser extranjero, reconocido o no, trabajar en medios masivos de comunicación o no)

SI: 9
NO: 91

13.- Escribe su nombre, en qué ejerce (pueden ser varios), de qué país es (si es extranjero), y por qué lo consideras líder de opinión.

Nombre	País	#	Tema
Andrés Manuel López Obrador	México	2	• Política
Luis Arturo Villar Sudek (Luisito comunica)	México	2	• Viajes
Vladimir Putin	Rusia	1	• Política
Jorge Ramos Ávalos	México	1	• Política
Chumel Torres	México	1	• Política
Horacio Villalobos	México	1	• Cultura
Francisco Zea	México	1	• Política

14.- Teniendo ya la lista completa, ¿consideras que la revista "Líderes Mexicanos" acertó con todos los líderes de opinión que eligieron para la edición 2019?

SI: 27
NO: 73

JUSTIFICA TU RESPUESTA ANTERIOR

SI	<ul style="list-style-type: none"> • Porque son reconocidos en México • Por la influencia que tienen
NO	<ul style="list-style-type: none"> • Sus opiniones ya no influyen • Falta más líderes de opinión • Por la poca credibilidad que tienen • Solo son elegidos por su fama • La lista es desigual en materia de género

15.- ¿Crees que en México existan los líderes de opinión? Independientemente del género.

SI: 77
NO: 23

JUSTIFICA TU RESPUESTA ANTERIOR

SI	<ul style="list-style-type: none"> • Siempre habrá gente manipulable e influenciable en México • Si hay pero no los que necesitamos • Siempre habrá gente que busque reafirmar su opinión y siga a alguien que tenga los mismos ideales • Son tantos que por eso no los conocemos a todos
----	---

	<ul style="list-style-type: none"> • Los medios de información siempre crean a sus líderes de opinión • Los "influencers" son los nuevos líderes de opinión • Existen pero ya no los encontramos en los medios convencionales • Los medios de información siempre crean a sus líderes de opinión
NO	<ul style="list-style-type: none"> • Sólo opinan a favor de los intereses de alguien más • No hay gente que influya en otras • A los que consideran como tal les hace falta objetividad y credibilidad

Si la respuesta anterior había sido negativa, ya habían terminado el cuestionario.

16.- Piensas que en México existen más líderes de opinión:

Hombres: 50

Mujeres: 0

Igual: 27

JUSTIFICA TU RESPUESTA ANTERIOR

Hombres	<ul style="list-style-type: none"> • Por el patriarcado en el que vivimos • Vivimos una sociedad machista • La desigualdad de género se nota hasta en la lista que nos presenta la revista • Se le da más tiempo en medios a los hombres • Los hombres siguen teniendo más oportunidades • Las opiniones de los hombres son más serias y creíbles
Mujeres	
Igual	<ul style="list-style-type: none"> • No importa el género • Ambos aportan buena información • Todos son capaces independientemente de ser hombre o mujer • Hoy en día las oportunidades son iguales para ambos

Anexo 7: Reporte particular de FES Aragón

FES ARAGÓN Licenciatura: "Comunicación y periodismo"

Cuestionarios aplicados: 80

Cuestionarios aplicados a mujeres: 40

Cuestionarios aplicados a hombres: 40

Edad

19 años: 20	20 años: 34	21 años: 16
22 años: 4	23 años: 6	

Semestre

Primero: 20	Tercero: 24
Quinto: 30	Séptimo: 6

1.- ¿Conoces el término "líder de opinión"?

SI: 67
NO: 13

2.- ¿Conoces la revista "Líderes Mexicanos"?

SI: 19
NO: 61

3.- ¿Sabías del listado que realiza esta revista año con año sobre los 300 líderes más influyentes de México?

SI: 20
NO: 60

4.- Estas son las mujeres líderes de opinión según la revista "Líderes Mexicanos" 2019. ¿A quién sí consideras una líder de opinión?, puedes elegir a más de una. (Si no consideras a alguna un "líder de opinión", pasa a la pregunta 7)

Martha Emelina Debayle Alaniz	De 80: 23
María Fernanda Familiar Villanueva	De 80: 5
Denise Maerker Salmón	De 80: 42
Gabriela Warkentin de la Mora	De 80: 8
Adela Micha Zaga	De 80: 23
Quienes no consideran a ninguna como líder de opinión	De 80: 25

5.- Solo a quien elegiste, marca en qué medio le has visto, escuchado o leído.

	Prensa escrita	Revista	Radio	Televisión	Internet
Martha Emelina Debayle Alaniz	3	8	10		20

María Fernanda Familiar Villanueva	5				5
Denise Maerker Salmón	16		8	34	12
Gabriela Warkentin de la Mora	3		3		4
Adela Micha Zaga	7		9	18	16

6.- Solo a quien elegiste, explica brevemente, ¿sobre qué tema (s) habló/escribió, que influyó en tu opinión para que la consideraras un líder de opinión? (si contestaste a la pregunta 6, pasa a la 8)

	Temas mencionados
Martha Emelina Debayle Alaniz	<ul style="list-style-type: none"> • Crisis en sociedad • Salud • Cultura • Estilo de vida • Derechos de la mujer
María Fernanda Familiar Villanueva	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Noticias generales del país
Denise Maerker Salmón	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Noticias generales del país • Economía
Gabriela Warkentin de la Mora	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos de la mujer • Política • Noticias generales del país
Adela Micha Zaga	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Espectáculos • Entrevistas • Noticias generales del país

7.- ¿Por qué consideras que ellas NO son "líderes de opinión" en México? Puedes elegir más de una opción.

Porque no las conozco	18
Porque son mujeres	0
Porque sus opiniones no influyen en la mía	6
Porque el líder de opinión que tengo es hombre	0
Porque tengo otra líder de opinión mujer	1
Otra	x

8.- ¿Consideras a otra MUJER MEXICANA (vigente) como "líder de opinión"? puede ser reconocida o no, trabajar en medios masivos de comunicación o no y brevemente explica de qué temas habla y por qué ha influido en tu opinión.

Carmen Aristegui	7	• Política
Nath Campos	1	• Derechos de la mujer
Gisselle Kuri	1	• Medio ambiente
Marion Reimers	3	• Deportes
Pilar Bolívar	1	• Cultura
Karla Martínez de Salas	1	• Moda
Luisa Cantú	1	• Política
Yalitza Aparicio	3	• Defensora y activista de comunidades indígenas
Ophelia Pastrana	2	• Temas LGBTTTTIIQA
Vítoria Volkova	1	• Temas LGBTTTTIIQA
Lydia Cacho	3	• Política
Denise Dresser	2	• Política
Cristina Pacheco	1	• Entrevistas
NO TIENEN OTRA LÍDER DE OPINIÓN MEXICANA	53	

9.- ¿Existe una mujer extranjera (vigente) que sea considerada líder de opinión para ti? Escribe su nombre, su país, puede trabajar en medios masivos de comunicación o no, y brevemente, explica sobre qué temas habló que influyó en tu opinión.

Mujer	País	#	Tema
Ellen DeGeneres	EUA	1	• Aborda con humor temas políticos
Greta Thunberg	Suecia	2	• Medio ambiente
Érika Ortega Sanoja	Venezuela	1	• Política
Emma Watson	Reino Unido	1	• Defensora de Derechos Humanos
Malala Yousafzai	Pakistán	1	• Defensora de educación para la mujer
NO TIENEN UNA LÍDER DE OPINIÓN EXTRANJERA		74	

10.- Estos son los hombres líderes de opinión según la revista "Líderes Mexicanos" 2019. ¿A quién sí consideras un líder de opinión? puedes elegir a

más de uno. Si no consideras a alguno un "líder de opinión", pasa a la pregunta 12)

Javier Alatorre Soria	22
Oscar Mario Beteta Vallejo	4
Paco Calderón	1
José Armando Cárdenas Vizcaíno	1
Leonardo Curzio Gutiérrez	2
Héctor de Mauleón	17
José Ramón Fernández Álvarez	8
Luis García Postigo	5
Christian Octavio Martinoli Curi	7
Leo Zuckermann Behar	13
Ciro Gómez Leyva	19
Luis Miguel González Chávez	1
Joaquín López Dóriga Velandia	20
Carlos Loret de Mola	32
Daniel Moreno Chávez	1
Mariano Alejandro Osorio Murillo	6
Enrique Gerardo Quintana López	1
Raymundo Riva Palacio Neri	13
Javier Risco Reyes	4
Quienes no consideran a ninguno como líder de opinión	29

11.- ¿Por qué consideras que ellos no son "líderes de opinión" en México? Puedes elegir más de una.

Porque no los conozco	10
Porque son hombres	
Porque su opinión no influye en la mía	16
Porque tengo otro líder de opinión hombre	1
Otra	<ul style="list-style-type: none"> • No generan confianza • No tienen credibilidad

12.- ¿Tienes algún otro líder de opinión (vigente), que sea hombre y que no esté mencionado en la lista? (puede ser extranjero, reconocido o no, trabajar en medios masivos de comunicación o no)

SI: 21
NO: 59

13.- Escribe su nombre, en qué ejerce (pueden ser varios), de qué país es (si es extranjero), y por qué lo consideras líder de opinión.

Nombre	País	#	Tema
Guillermo del Toro	México	5	• Cine

Alejandro Iñárritu	México	1	• Cine
Ricardo Peralta (Pepe)	México	2	• Temas LGBTTTTIIQA
César Doroteo (Teo)	México	2	• Temas LGBTTTTIIQA
Chumel Torres	México	4	• Política
Carlos Pérez Yee	México	1	• Empresario
Víctor Trujillo	México	3	• Política
Álvaro Cueva	México	1	• Crítico en diversos temas
Carlos Marín	México	2	• Política

14.- Teniendo ya la lista completa, ¿consideras que la revista "Líderes Mexicanos" acertó con todos los líderes de opinión que eligieron para la edición 2019?

SI: 30
NO: 50

JUSTIFICA TU RESPUESTA ANTERIOR

SI	<ul style="list-style-type: none"> • Porque son reconocidos en México • Por la audiencia que los sigue • Por su nivel de estudios • Por la accesibilidad que se tiene en ellos por los medios en los que trabajan • Por los diversos temas de los que han hablado
NO	<ul style="list-style-type: none"> • No los conozco • Porque el término de "líder de opinión" ya no significa lo mismo que antes • Sus opiniones ya no influyen • Por la poca credibilidad que tienen • Solo son elegidos por su fama • La lista es desigual en materia de género • No cumplen con lo que significa ser un líder de opinión

15.- ¿Crees que en México existan los líderes de opinión? Independientemente del género.

SI: 78
NO: 2

JUSTIFICA TU RESPUESTA ANTERIOR

SI	<ul style="list-style-type: none"> • Siempre existirán los líderes de opinión • Hay muchas personas en México capaces de serlo • Existen pero ya no los encontramos en los medios convencionales • Son tantos que por eso no los conocemos a todos • Existen pero no solo son periodistas
----	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Los "influencers" son los nuevos líderes de opinión • Siempre habrá gente que busque reafirmar su opinión y siga a alguien que tenga los mismos ideales • Siempre habrá gente manipulable e influenciable en México
NO	• El término líder de opinión ya es nulo

Si la respuesta anterior había sido negativa, ya habían terminado el cuestionario.

16.- Piensas que en México existen más líderes de opinión:

Hombres: 45

Mujeres: 3

Igual: 30

JUSTIFICA TU RESPUESTA ANTERIOR

Hombres	<ul style="list-style-type: none"> • No hay reconocimiento para las mujeres • Los hombres siguen teniendo más oportunidades • Los hombres no involucran sentimientos ni emociones en sus opiniones y las mujeres si • Las mujeres no son tomadas en serio • Vivimos una sociedad machista • La desigualdad de género se nota hasta en la lista que nos presenta la revista • Las opiniones de los hombres son más serias y creíbles
Mujeres	<ul style="list-style-type: none"> • Es más fácil confiar en ellas • La sociedad está cambiando en el tema de empoderamiento de la mujer
Igual	<ul style="list-style-type: none"> • Todos son capaces independientemente de ser hombre o mujer • A la hora de escuchar una opinión no importa si viene de una mujer o un hombre • No importa el género

Anexo 8: Reporte particular de Carlos Septién García

ESCUELA DE PERIODISMO CARLOS SEPTIÉN GARCÍA
 Licenciatura: "Periodismo"
 Cuestionarios aplicados: 60
 Cuestionarios aplicados a mujeres: 30
 Cuestionarios aplicados a hombres: 30
 Edad

19 años: 25	20 años: 5	21 años: 7
22 años: 7	23 años: 16	

Semestre

Primero: 14	Tercero: 23
Quinto: 9	Séptimo: 14

1.- ¿Conoces el término "líder de opinión"?
 SI: 58
 NO: 2

2.- ¿Conoces la revista "Líderes Mexicanos"?
 SI: 26
 NO: 34

3.- ¿Sabías del listado que realiza esta revista año con año sobre los 300 líderes más influyentes de México?
 SI: 24
 NO: 36

4.- Estas son las mujeres líderes de opinión según la revista "Líderes Mexicanos" 2019. ¿A quién sí consideras una líder de opinión?, puedes elegir a más de una. (Si no consideras a alguna un "líder de opinión", pasa a la pregunta 7)

Martha Emelina Debayle Alaniz	De 60:	15
María Fernanda Familiar Villanueva	De 60:	7
Denise Maerker Salmón	De 60:	31
Gabriela Warkentin de la Mora	De 60:	15
Adela Micha Zaga	De 60:	20
Quienes no consideran a ninguna como líder de opinión	De 60:	15

5.- Solo a quien elegiste, marca en qué medio le has visto, escuchado o leído.

	Prensa escrita	Revista	Radio	Televisión	Internet
Martha Emelina Debayle Alaniz		9	7	7	10

María Fernanda Familiar Villanueva	1	2	6	4	
Denise Maerker Salmón	10		11	28	14
Gabriela Warkentin de la Mora	7		12	4	11
Adela Micha Zaga	3		2	17	14

6.- Solo a quien elegiste, explica brevemente, ¿sobre qué tema (s) habló/escribió, que influyó en tu opinión para que la consideraras un líder de opinión? (si contestaste a la pregunta 6, pasa a la 8)

	Temas mencionados
Martha Emelina Debayle Alaniz	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de uno mismo • Salud • Moda • Entrevistas • Estilo de vida
María Fernanda Familiar Villanueva	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Espectáculos • Noticias generales del país
Denise Maerker Salmón	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Noticias generales del país • Economía
Gabriela Warkentin de la Mora	<ul style="list-style-type: none"> • Cultura • Política • Noticias generales del país • Economía
Adela Micha Zaga	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Economía • Entrevistas • Noticias generales del país

7.- ¿Por qué consideras que ellas NO son "líderes de opinión" en México? Puedes elegir más de una opción.

Porque no las conozco	9
Porque son mujeres	0
Porque sus opiniones no influyen en la mía	6
Porque el líder de opinión que tengo es hombre	0
Porque tengo otra líder de opinión mujer	0
Otra	x

8.- ¿Consideras a otra MUJER MEXICANA (vigente) como "líder de opinión"? puede ser reconocida o no, trabajar en medios masivos de comunicación o no y brevemente explica de qué temas habla y por qué ha influido en tu opinión.

Carmen Aristegui	10	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Análisis de noticias generales
Denise Eugenia Dresser Guerra	5	<ul style="list-style-type: none"> • Política • Análisis de noticias generales
Marion Reimers	5	<ul style="list-style-type: none"> • Deportes
Lydia Cacho	2	<ul style="list-style-type: none"> • Política
Ana Francisca Vega	2	<ul style="list-style-type: none"> • Tecnología
Marcela Turati	2	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos humanos
Tamara de Anda Prieto	1	<ul style="list-style-type: none"> • Feminismo
Fernanda Tapia	1	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de noticias generales
NO TIENEN OTRA LÍDER DE OPINIÓN MEXICANA		37

9.- ¿Existe una mujer extranjera (vigente) que sea considerada líder de opinión para ti? Escribe su nombre, su país, puede trabajar en medios masivos de comunicación o no, y brevemente, explica sobre qué temas habló que influyó en tu opinión.

Mujer	País	#	Tema
Alexandria Ocasio-Cortez	EUA	2	<ul style="list-style-type: none"> • Política
Malala Yousafzai	Pakistán	2	<ul style="list-style-type: none"> • Defensora de educación para la mujer
Michelle Obama	EUA	2	<ul style="list-style-type: none"> • Política
Leila Guerriero	Argentina	1	<ul style="list-style-type: none"> • Crónicas
Kate Linthicum	EUA	1	<ul style="list-style-type: none"> • Noticias de México en el extranjero
Lenina García	Guatemala	1	<ul style="list-style-type: none"> • Defensora por los Derechos Humanos
NO TIENEN UNA LÍDER DE OPINIÓN EXTRANJERA		9	

10.- Estos son los hombres líderes de opinión según la revista "Líderes Mexicanos" 2019. ¿A quién sí consideras un líder de opinión? puedes elegir a más de uno. Si no consideras a alguno un "líder de opinión", pasa a la pregunta 12)

Javier Alatorre Soria	14
Oscar Mario Beteta Vallejo	4
Paco Calderón	2
José Armando Cárdenas Vizcaíno	4
Leonardo Curzio Gutiérrez	4
Héctor de Mauleón	11
José Ramón Fernández Álvarez	9
Luis García Postigo	5
Christian Octavio Martinoli Curi	5
Leo Zuckermann Behar	21
Ciro Gómez Leyva	23
Luis Miguel González Chávez	2
Joaquín López Dóriga Velandia	12
Carlos Lore de Mola	21
Daniel Moreno Chávez	7
Mariano Alejandro Osorio Murillo	5
Enrique Gerardo Quintana López	
Raymundo Riva Palacio Neri	24
Javier Risco Reyes	9
Quienes no consideran a ninguno como líder de opinión	14

11.- ¿Por qué consideras que ellos no son "líderes de opinión" en México? Puedes elegir más de una.

Porque no los conozco	5
Porque son hombres	
Porque su opinión no influye en la mía	8
Porque tengo otro líder de opinión hombre	
Otra	<ul style="list-style-type: none"> • No tienen credibilidad

12.- ¿Tienes algún otro líder de opinión (vigente), que sea hombre y que no esté mencionado en la lista? (puede ser extranjero, reconocido o no, trabajar en medios masivos de comunicación o no)
 SI: 13
 NO: 47

13.- Escribe su nombre, en qué ejerce (pueden ser varios), de qué país es (si es extranjero), y por qué lo consideras líder de opinión.

Nombre	País	#	Tema

Julio Hernández López, Astillero	México	3	• Política
Enrique Krauze	México	3	• Historia General
Chumel Torres	México	1	• Política
Genaro Lozano	México	1	• Política y temas LGBTTTIQA
Jorge Ramos Ávalos	México	1	• Política
Salvador García Soto	México	1	• Política
Carlos Marín	México	1	• Política
Stephen Colbert	EUA	1	• Política
Sergio Sarmiento	México	1	• Política

14.- Teniendo ya la lista completa, ¿consideras que la revista "Líderes Mexicanos" acertó con todos los líderes de opinión que eligieron para la edición 2019?

SI: 15

NO: 45

JUSTIFICA TU RESPUESTA ANTERIOR

SI	<ul style="list-style-type: none"> • Por la influencia que tienen • Porque son reconocidos en México • Por el acceso que tienen a la información
NO	<ul style="list-style-type: none"> • Faltan más líderes de opinión • Solo son elegidos por su fama • Por la poca credibilidad que tienen • Ya no son vigentes • No cumplen con lo que significa ser un líder de opinión • No los conozco

15.- ¿Crees que en México existan los líderes de opinión? Independientemente del género.

SI: 56

NO: 4

JUSTIFICA TU RESPUESTA ANTERIOR

SI	<ul style="list-style-type: none"> • Hay muchas personas en México capaces de serlo • Son tantos que por eso no los conocemos a todos • Siempre existirán los líderes de opinión • Los medios de información siempre crean a sus líderes de opinión
----	---

	<ul style="list-style-type: none"> • Solo los que están bien informados
NO	<ul style="list-style-type: none"> • A los que consideran como tal les hace falta objetividad y credibilidad

Si la respuesta anterior había sido negativa, ya habían terminado el cuestionario.

16.- Piensas que en México existen más líderes de opinión:

Hombres: 36

Mujeres:

Igual: 20

JUSTIFICA TU RESPUESTA ANTERIOR

Hombres	<ul style="list-style-type: none"> • Vivimos una sociedad machista • Los hombres siguen teniendo más oportunidades • La desigualdad de género se nota hasta en la lista que nos presenta la revista • Las mujeres no son tomadas en serio • Se le da más tiempo en medios a los hombres
Mujeres	
Igual	<ul style="list-style-type: none"> • Todos son capaces independientemente de ser hombre o mujer • Ambos aportan buena información

REFERENCIAS

- Abreu, R. (2017). *Damas con Antifaz: Mujeres en la Radio 1920- 1960*. México: ink.
- Alaniz, S. (2009). *Mujeres por la Independencia*. México: Lectorum.
- Alvarado, L. (2016). *Educación y superación femenina en el siglo XIX: dos ensayos de Laureana Wright*. México: UNAM. Recuperado de <http://www.somehide.org/images/articulos/documentos/publicaciones/EducacionySuperacionFemenina.pdf>
- Álvarez, J. (2012). *Modelos Teóricos sobre los efectos de comunicación de masas*. España: Universidad Complutense de Madrid.
- Arce, A. (1960). *Liderazgo: definición y conceptos sociológicos*. Costa Rica: Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas. Recuperado de <https://books.google.com.mx/books?id=sRoPAQAIAAJ&pg=PA13&dq=l%C3%AADderes+formales+e+informales&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi2wpOmq97IAhUKS60KHVG3DUcQ6AEIKTAA#v=onepage&q=l%C3%ADderes%20formales%20e%20informales&f=false>
- Barrios, A. (2013). *El ciberperiodismo en México: realidades, desafíos y oportunidades* (tesis inédita de doctorado). Universidad de Santiago de Compostela, Galicia, España.
- Beauvoir, S. (1949). *El segundo sexo I*. Siglo veinte. Recuperado de https://www.segobver.gob.mx/genero/docs/Biblioteca/El_segundo_sexo.pdf
- Beltrán, C. (2013). *Mujeres impresoras del siglo XVIII novohispano en México. Fuentes humanísticas*, 27 (48), 16-17.
- *Bio Gabriela Warkentin*. (n. d.). Recuperado de <https://gabrielaw.mx/bio-2/>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (n. d.). *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*. México.
- Cano, G. (1997). *Feminismo. Más de un siglo de feminismo en México. Encyclopedia of Mexico: History, Society & Culture*, 4, 345.

- Cano, G. y Lamas, M. (2007). *Miradas feministas sobre las mexicanas del siglo XX*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Carballo, M., (2011). Indígenas y medios de comunicación en México. Cuento Cruento. *Nueva Época*, (7), 2-3.
- Censo General de la República Mexicana 1895. (2010). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/1895/default.html#Tabulados>
- Comisión Nacional de los Derechos Humanos. (2009). *Participación Política de la mujer en México*, México: Comisión Nacional de los Derechos Humanos México.
- Cortez, G. (n. d.). La primera mujer periodista. *Gaceta Universitaria UDG*, 30. Recuperado de: www.gaceta.udg.mx/Hemeroteca/paginas/357/357-12pdf
- Couturier, E. (1995). La mujer y la familia en el México del siglo XVIII: legislación y práctica. *Historias. Revista de la Dirección de Estudios del INAH*, (36.), 32-34.
- Debayle, M. (Productor). (27 de julio 2016). Líderes Mexicanos [Audio Podcast]. Recuperado de: <https://www.marthadebayle.com/v2/radio/lideres-mexicanos/?fbclid=IwAR3D0QJ4ZG3mAc4weXrtfVNyJzEtxou2on4hfTVZ9bOtuZB2u9jZWTnD7kc>
- Decimonónicas. (2016). *Autoras mexicanas del XIX*. Recuperado de <https://www.decimononicas.com/autoras-abc>
- *Declaración Universal de Derechos Humanos*. (1948). Naciones Unidas. Recuperado de <http://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights/>
- *Democracia Simulada, Nada que aplaudir*. (2017). México: Article 19 Oficina para México y Centroamérica. Recuperado de https://articulo19.org/wp-content/uploads/2018/03/INFORME-A19-2017_v04.pdf
- *El poder del cacicazgo. Violencia contra mujeres periodistas 2014-2015*. (2015). México: CIMAC
- *Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2017*. (2017). México: Instituto Federal de Telecomunicaciones.

- *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información de los Hogares (ENDUTIH) 2016.* (2016). México: INEGI.
- E'px Yásnaya Aguilar. (2013). *¿Periódicos y revistas en lengua indígenas? La prensa dentro de la comunicación indígena.* Recuperado de <https://archivo.estepais.com/site/2013/periodicos-y-revistas-en-lenguas-indigenas-la-prensa-dentro-de-la-comunicacion-indigena/>
- Eusebio, E. (2010). *Tejedoras de la vida. La presencia en los cantares de Dzitbalché.* México: Estudios mesoamericanos, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Familiar, F. (2018). *¿Sabes quiénes son los 300 líderes más influyentes en México?/ ¡Qué tal Fernanda!*, Imagen Radio. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=1m6afXpnai0&fbclid=IwAR1DG8401wCijkzOnfpcSNIRuu_vxslrCta_v3onbznXXNfn2wbneudRRrU
- *Feminismo en México en los años 70's.* (2012). Recuperado de <https://sociedadequilibrio.jimdo.com/2012/08/02/feminismo-en-méxico-en-los-70-s/>
- Fernández, M. (2010). *Mujeres periodistas hacia un cambio social y la democratización de los medios en México.* México: Tecnológico de Monterrey.
- Fuentes, M. (7 de noviembre de 2017). México social: la violencia contra las mujeres. *Excélsior*, p. 14.
- Galeana, P. (2015). *Historia de las mujeres en México.* México: Secretaría de Educación Pública.
- González, A. (2016). *Conferencia: "Curso mujeres protagonistas de nuestra historia". Sesión 1" Canal INEHRM.*
- García, A. (2016). *Las heroínas silenciadas en las independencias hispanoamericanas.* España: Caligrama.

- González, E. (2017). *Voces de rebeldía. Mujeres, radios comunitarias, movimiento social. Una mirada desde la experiencia.* (Tesis inédita de maestría). Universidad Iberoamericana Puebla, Puebla, México.
- González, G. (2007). *Casa del Tiempo. Educación de la Mujer en el siglo XIX mexicano.* México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- González, R. (2011). Personal influence: a 55 años de la irrupción de los líderes de opinión. *Razón y Palabra*, 75. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx>
- Guevara, M. (2009). *Información Política y opinión pública en la prensa: actores, polifonía y estrategias en la construcción del temario.* España: Universidad de Santiago de Compostela.
- Gutiérrez, N. (2016). *En México, ser indígena representa discriminación, marginación y pobreza: encuesta UNAM.* Recuperado de http://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2016_490.html
- *¿Has sufrido acoso cibernético?, ¡identifica sus modalidades y protégete!* (n. d.). Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres (CONAVIM). Recuperado de <https://www.gob.mx/conavim#acciones>
- Hernández, E. (2015). *Conferencia: “Curso historia de las mujeres en México” Canal INEHRM.*
- Hernández, E. y Hernández, J. (2010). *El nosotros desde nuestra Mirada. El nosotros en la historia del periodismo y las mujeres mexicanas.* México: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Universidad Veracruzana
- Hernández, R., (2014). *Metodología de la investigación.* Recuperado de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- La Chata Campa. (2019). *Radio Educación.* Recuperado de e-radio.edu.mx/Las-mujeres-contamos/La_chata_Campa
- Lagarde, M. (2012). *El feminismo en mi vida. Hitos, claves y topías.* México: Secretaría de Educación Pública.

- Las mujeres y los medios de comunicación. (2019). *Instituto Nacional de las Mujeres, México*. Recuperado de http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100762.pdf
- *La violencia en línea contra las mujeres en México*. (2017). Recuperado de https://sontusdatos.org/wp-content/uploads/2018/02/180125-informe_violencia_en_linea_mx-v_lanzam.pdf
- *Líderes mexicanos, los 300*. (2019). Recuperado de <https://lideresmexicanos.com/300/>
- López, M. (2011). Ahuianime: las seductoras del mundo nahua prehispánico. *Revista Española de Antropología Americana*, 42 (2), 401.
- López, R., Fernández, F. y Vilar, F. (2003). *Radio y Televisión en el ámbito local*. España: Universitat Jaume I.
- Lozano, J. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Malinche, la Indígena que abrió México a Cortés. (2016). *National Geographic*. Recuperado de https://www.nationalgeographic.com.es/historia/grandes-reportajes/malinche-la-indigena-que-abrio-mexico-a-cortes_6229/4
- Maraboto, M. (2013). *De Líderes, opinión pública y opinión publicada.*, *Forbes México*. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/de-lideres-opinion-publica-y-opinion-publicada/>
- Maraboto, M. (2014). Mujeres que abrieron brecha periodística. *Forbes México*. Recuperado de http://www.____forbes.com.mx/mujeres-que-abrieron-brecha-periodistica/
- *Media Kit, Líderes Mexicanos*. (2018). Recuperado de https://lideresmexicanos.com/wp-content/uploads/2018/01/MEDIA-KIT-LIDERES-MEXICANOS-2018.pdf?fbclid=IwAR0UkMdlfHH3yF39I_Wc_RX7s9yjnvZ2eHwE46pCBVrf-R33BDEUheBuHGI

- *Media Kit, Líderes Mexicanos.* (2019). Recuperado de <https://lideresmexicanos.com/wp-content/uploads/2018/12/MediaKit-2019-1-1.pdf>
- Melgar, L. (2008). *Persistencia y cambio, Acercamientos a la Historia de las mujeres en México.* México: Colegio de México.
- Méndez, V. (2018) Mujeres aún rezagadas en la política mexicana. *W RADIO.* Recuperado de http://wradio.com.mx/radio/2018/03/08/nacional/1520528964_824098.html
- México eventos. (2017). *Human Rights Watch.* Recuperado de <https://www.hrw.org/es/world-report/2018/country-chapters/313310>
- Moctezuma, D. (2014). La mujer en México: inequidad, pobreza y violencia. *Revista mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, (220), 127.
- *Mujeres comunicadoras en Radios comunitarias e indígenas.* (2017). México: Sipam. Recuperado de <http://www.sipam.org.mx/wp-content/uploads/2017/05/INFORME-MUJERES-RADIALISTA-IgualdadSeguridadLiberExpresion-2017.pdf>
- Narro, J. y Moctezuma, D. (2012). Analfabetismo en México: una deuda Social. *Revista Internacional de Estadística y Geografía*, 3 (3), 6. Recuperado de https://www.inegi.org.mx/RDE/RDE_07/doctos/RDE_07_Art1.pdf
- *Once del Virreinato: 500 años de presencia de México en el mundo.* (1993). México: Universidad Iberoamericana.
- Participación política electoral de las mujeres en las 32 entidades federativas. (2017). *ONU Mujeres.* Recuperado de <http://mexico.unwomen.org/es/digiteca/publicaciones/2018/02/fichas-participacion-politica>
- Pasquali, A. (2012). Derecho a Comunicar: Estudios de Periodismo. *Revista Científica de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información*, (6), 22-23.
- Peniche, P. (2015). *Rita Cetina, La Siempreviva y el Instituto Literario De niñas: La cuna del Feminismo Mexicano 1846- 1908.* México: INEHRM

- Pérez, G. (n. d.). *Brecha digital de Género en México ¿De qué hablamos cuando hablamos de acceso?* Derechos Digitales América Latina. Recuperado de <https://www.derechosdigitales.org/wp-content/uploads/de-que-hablamos-cuando-hablamos-de-acceso.pdf>
- *¿Quién es Martha Debayle?* (2013). Recuperado de <https://www.marthadebayle.com/v2/masmartha/bio/martha-debayle/>
- Ramiro, F. (1 de mayo de 2018). La violencia contra las mujeres mexicanas. *Nexos*, p. 20.
- Ramos, C. (1997). Mujeres de ayer: participación política femenina en México 1910-1960. *Estudios Políticos Revista UNAM*, 15, 29.
- Robles, M. (1977). *Educación y sociedad en la historia de México*. México: Siglo XXI Editores.
- Rodríguez, C. (2010). Televisión en Internet. *Revista ICONO 14*, 15, 125. Recuperado de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-TelevisionEnInternet-3301325.pdf
- Rojas, I. y Sotelo, J. (2003). La migración de la mujer mexicana migrante: de la emancipación a la equidad de género (tesis profesional licenciatura). Universidad de las Américas Puebla, Puebla, México.
- *Senadoras de México 1958-2012*. (2013). México: Instituto Nacional de las Mujeres.
- Ser mujer en México. (8 de marzo de 2017). *El Universal*, p. 15.
- Shadow, M. (2003). *Relevancia de la mujer maya III Mesa de Estudios de Género, Primera Reunión Internacional precolombina*. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- Shadow, M. (2007). *Las mujeres en Mesoamérica Prehispánica*. México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- *Todo lo que debes saber de Fernanda Familiar*. (2018). *Revista Clase*. Recuperado de <https://www.revistaclase.mx/articulo/2018/03/30/todo-lo-que-debes-saber-sobre-fernanda-familiar>

- Toussaint, F. (2004). *Comunicación Política*. México: UNAM
- Tuñón, E. (2002). *¡Por fin... ya podemos elegir y ser electas! El sufragio femenino en México, 1935- 1953*. México: Plaza y Valdes.
- Tuñón, E. (2017). La propuesta político.-feminista de Hermila Galindo: Tensiones, oposiciones y estrategias. *Estudios de Género de El Colegio de México*, 3 (6), 14.
- Tuñón, J. (2016). *Mujeres, entre la Imagen y la acción, Historia Ilustrada de México*. México: Penguin Random House.
- Valles, R. (2006). Mujeres periodistas: Empoderamiento restringido. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, (197), 140-141.
- Valles, R. (2010). *Contra Viento y Marea. Periodistas y escritoras de México*. México: Gernika S. A.