

VIOLENCIA POLÍTICA, DE GÉNERO Y ESTEREOTIPOS EN PROMOCIONALES DE CAMPAÑA EN PROCESOS ELECTORALES LOCALES CON CANDIDATAS A LA GUBERNATURA 2015 Y 2016

CONTENIDO

I. INTRODUCCIÓN.....	2
II. METODOLOGÍA	3
1. LA VIOLENCIA POLÍTICA.....	3
2. ROLES DE GÉNERO.....	4
III. CONTEXTO.....	4
1. PROCESO ELECTORAL 2015.....	4
2. PROCESO ELECTORAL 2016.....	6
IV. RESULTADOS Y CONCLUSIONES.....	7
1. VIOLENCIA DE GÉNERO.....	7
2. ROLES DE GÉNERO Y ESTEREOTIPOS.....	8

Este documento fue generado por la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos del Instituto Nacional Electoral como insumo de discusión para el Foro internacional “Asimetrías y estereotipos de género en los medios de comunicación” que tendrá lugar el 2 y 3 de marzo de 2017 en la Ciudad de México. El objetivo consiste en generar datos con información con la que cuenta el Instituto para propiciar un debate informado sobre la existencia o no de disparidades en el acceso y tratamiento de los medios de comunicación a hombres y mujeres en campañas políticas y en puestos de decisión pública. Se invita a analizarla de forma crítica, a hacer uso de ella para la discusión en las mesas de diálogo, y a emitir sugerencias con miras a generar propuestas que abonen a la igualdad, conscientes de que éste es un primer ejercicio de difusión de esta información.

I. INTRODUCCIÓN

El 15 y 16 de agosto se llevó a cabo el *Foro: La cobertura de los procesos electorales en la radio y la televisión* en el INE, el cual se realizó con el firme propósito de analizar los resultados del monitoreo de los espacios y programas noticiosos de los pasados procesos electorales 2015 y 2016, así como reconocer las experiencias y lecciones aprendidas; advirtiendo sus principales retos y perspectivas para los próximos procesos electorales.¹

En específico, en la mesa denominada “Perspectiva de género en la cobertura informativa. ¿Se dio igual trato en los medios a las candidatas y a los candidatos?²”, se mostraron algunos ejemplos de violencia política en contra de las mujeres durante las campañas. Estas acciones se registraron en medios alternativos de comunicación política, como actividades de cierre de campaña, redes sociales, cuelga de mantas y un *spot* en TV.

Las principales aportaciones del Foro en la materia que nos ocupa fueron:

- La distribución de recursos y cobertura mediática de las campañas de las mujeres está estrechamente vinculada con el tema de la discriminación basada en el sexo y en el género. Esta distribución de tiempos por parte de los partidos políticos requiere un alto en el camino, no sólo el mecanismo y el modelo de comunicación política sino también la parte cualitativa
- Una de las imágenes más recurrentes en los medios de comunicación y en los *spots* es la que asocia a las mujeres al espacio doméstico, como madres y esposas y a los hombres al público, como agentes de la acción política y social. A las candidatas se les asocia a la familia, el bienestar social, la salud y las relaciones humanas, y difícilmente áreas como la economía, la política, la ciencia y la tecnología que son del dominio masculino
- Los hombres o los varones reciben más recursos para las campañas que las mujeres. En un diagnóstico realizado por el Instituto, se determinó que en las elecciones de 2015 los candidatos de los partidos políticos con registro nacional, recibieron 28 millones de pesos más que las candidatas.
- Se condena energéticamente la utilización de los cuerpos de las mujeres para reforzar los estereotipos.
- Existe una arraigada percepción de que las mujeres son menos efectivas para puestos de representación popular y desempeño de funciones públicas. Afirmar que las mujeres se guían por su afectividad, por su ingenuidad, por su pasión o por su naturaleza instintiva constituyen algunos de los argumentos más comunes.

¹ Al evento asistieron ponentes de distintas casas de estudios, tales como la UNAM, el ITESO, la BUAP y la Universidad Iberoamericana. También se contó con la participación de representantes del TEPJF, de los partidos políticos nacionales, medios de comunicación, personal adscrito a órganos de procesos electorales locales y expertos en materia de género.

² María del Carmen Alanís (TEPJF), Aimée Vega (AMIC), Sofía Palau (ITESO) y Yuri Beltrán (TEDF)

La Convención de Belém do Pará parte del reconocimiento de que la violencia contra las mujeres es una manifestación de las relaciones de poder históricamente desiguales entre mujeres y hombres, constituye una violación a los derechos humanos y, por tanto, una ofensa a la dignidad humana. Reconoce que las mujeres tienen derecho a vivir libres de violencia, lo que incluye el derecho a no ser discriminada, a ser valorada y educada libre de patrones estereotipados de comportamiento y prácticas sociales y culturales basadas en conceptos de inferioridad o subordinación, así como a ejercer libre y plenamente sus derechos civiles, políticos, económicos, sociales y culturales.

El presente documento hace un análisis con visión de género, de todos los *spots*³ que los partidos políticos pautaron en las campañas de los procesos electorales 2015 y 2016: Sonora, Nuevo León, Tlaxcala, Campeche, Colima, Guerrero, Michoacán, San Luis Potosí, Colima, Querétaro, Durango, Sinaloa, Zacatecas, Veracruz, Hidalgo y Puebla. Lo que podrá servir como una importante fuente de información para los asistentes y sobre todo para los ponentes del Foro Internacional “Asimetrías y estereotipos de género en los medios de comunicación”.

II. METODOLOGÍA

De los 30 procesos electorales realizados en 2015 y 2016 se eligieron exclusivamente aquellos en los cuales participara al menos una candidata a la gubernatura.

Se construyó una matriz que contenía el número de identificación del *spot*, el nombre del partido político o candidato/a independiente que emitiera el mensaje y una breve descripción con los elementos observables. Una vez analizados, se clasificaron de acuerdo a la descripción del material en: violencia política y roles de género. Asimismo, se reporta el número de impactos que tuvo cada material señalado.

1. LA VIOLENCIA POLÍTICA

³ El *spot* publicitario o comercial de televisión es uno de los medios más efectivos para dar a conocer una marca, un producto, un servicio o comunicar ideas cortas; se caracteriza por su brevedad y para sacarle mayor provecho a este tipo de publicidad es necesario analizar muy bien el *target*, es decir, la población que se tiene como objetivo de la campaña y buscar, de esta manera, la franja que más se ajuste a este plan, de acuerdo con las características y edades de sus televidentes.

La violencia política contra las mujeres comprende todas aquellas acciones y omisiones (incluida la tolerancia) que, basadas en elementos de género y dadas en el marco del ejercicio de derechos político-electorales, tengan por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce y/o ejercicio de los derechos políticos o de las prerrogativas inherentes a un cargo público.⁴

2. ROLES DE GÉNERO

Los roles de género⁵ son conductas estereotipadas por la cultura, son tareas o actividades que se espera realice una persona por el sexo al que pertenece; tradicionalmente se ha asignado a los hombres roles de políticos, mecánicos, jefes, y a las mujeres, el rol de amas de casa, maestras, enfermeras. Estos roles se siguen perpetuando en los *spots* por lo que el análisis también incluye la mención en donde es evidente la utilización de un rol de género.

Es importante mencionar que los *spots* identificados bajo alguno de los supuestos antes mencionados se encuentran adjuntos al presente documento para pronta referencia.

III. CONTEXTO

En 2015 se efectuaron 16 Procesos Electorales Locales⁶, de los cuales únicamente en ocho estados participaron mujeres para ser gobernadora: 10 candidatas participaron frente a 44 hombres. Para 2016 fueron 14 Estados con Proceso Electoral⁷, participando mujeres en siete estados; 12 mujeres por 33 hombres.

1. PROCESO ELECTORAL 2015

2015		
ESTADO	CANDIDATOS/AS	SPOTS ANALIZADOS

⁴ *Protocolo para Atender la Violencia Política Contra las Mujeres*, TEPJF, 2ª edición, 2016, pág. 21.

⁵ Lamas (2002:33) señala que “el papel (rol) de género se configura con el conjunto de normas y prescripciones que dictan la sociedad y la cultura sobre el comportamiento femenino o masculino. Aunque hay variantes de acuerdo con la cultura, la clase social, el grupo étnico y hasta el estrato generacional de las personas, se puede sostener una división básica que corresponde a la división sexual del trabajo más primitiva: las mujeres paren a los hijos y, por lo tanto, los cuidan: ergo, lo femenino es lo maternal, lo doméstico, contrapuesto con lo masculino, que se identifica con lo público.

⁶ Baja California Sur, Campeche, Colima, D.F., Guanajuato, Guerrero, Jalisco, México, Michoacán, Morelos, Nuevo León, Querétaro, San Luis Potosí, Sonora, Tabasco y Yucatán.

⁷ Aguascalientes, Baja California, Chihuahua, Ciudad de México, Durango, Hidalgo, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo, Sinaloa, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz y Zacatecas.

	HOMBRES	MUJERES	RADIO	TV	TOTAL
Campeche	8	2	88	88	176
Colima	5	1	57	60	117
Guerrero	6	3	32	73	105
Michoacán	4	2	90	62	152
Nuevo León	6	1	60	73	133
Querétaro	4	1	61	67	128
San Luis Potosí	5	2	64	67	131
Sonora	6	1	165	92	257
TOTAL	44	13	617	582	1199

En **Campeche** participaron 2 mujeres y 8 hombres: Alejandro Moreno Cárdenas* (PRI-PVEM), Jorge Rosiñol Abreu (PAN), Fernando Dante Imperiale García (PRD), José Luis Góngora Ramírez (PT), César Lechuga González (MC), Layda Sansores San Román (MORENA), Angelino Caamal Mena (NA), Roger Ortegón García (ES), Olimpia Álvarez Casanova (PH) y Luis Antonio Che Cu (Frente Campesino Independiente "Emiliano Zapata").

En **Colima**⁸ 5 hombres y una mujer: José Ignacio Peralta*, (PRI-PVEM-PT-NA), Jorge Luis Preciado (PAN), Martha Zepeda (PRD), Leoncio Morán (MC), Francisco Gallardo (MORENA), Gerardo Galván (ES).

En **Guerrero** contendieron tres mujeres y seis hombres: Héctor Astudillo Flores* (PRI-PVEM), Jorge Camacho Peñaloza (PAN), Beatriz Mojica Morga (PRD-PT), Luis Walton Aburto (MC), Pablo Amilcar Sandoval Ballesteros (MORENA), Karime Sevilla (NA), Raymundo Noguera Analco (ES), Alberto López Rosas (PH) y Godeleva Rodríguez Salmeron (PPG).

En **Michoacán** participaron 2 mujeres y 4 hombres: Silvano Aureoles* (PRD-PT-NA-ES), Luisa María Calderón Hinojosa (PAN), José Ascensión Orihuela Bárcenas (PRI-PVEM), María de la Luz Núñez Ramos (MORENA), Luis Manuel Antúnez Oviedo (MC) y Gerardo Dueñas Bedolla (PH).

En **Nuevo León** contendieron cuatro hombres y una mujer; Jaime Heliódoro Rodríguez* (CI), Felipe de Jesús Cantú Rodríguez (PAN), Ivonne Álvarez (PRI-PVEM-NA), Humberto González Sesma (PRD) y Asael Sepúlveda Martínez (PT), Fernando Elizondo Barragán (MC) y Jesús Elizondo González (PH).

En **Querétaro** participaron tres hombres y una mujer: Francisco Domínguez Servián* (PAN); Roberto Loyola Vera (PRI-PVEM-PT-NA), Adolfo Camacho (PRD), Salvador López Ávila (MC) y Celia Maya (MORENA).

En **Sonora**, contendieron una mujer y seis hombres a la gubernatura: Claudia Artemiza Pavlovich Arellano* (PRI-PVEM-NA), Javier Gándara Magaña (PAN),

⁸ Elección extraordinaria

Carlos Ernesto Navarro López (PRD), Jaime Moreno Berry (PT), Carlos Javier Lamarque Cano (MORENA) y Manuel de Jesús Baldenebro Arredondo (ES).

En **San Luis Potosí** contendieron dos mujeres y cinco hombres: Juan Manuel Carreras* (PRI- PVEM- NA), Sonia Mendoza Díaz (PAN), Fernando Pérez Espinosa (PRD- PT-PCP), Eugenio Guadalupe Govea Arcos (MC), Sergio Serrano Soriano (MORENA), Ysabel Gómez Galán (ES) y Aniceto Becerra Dueñas (PH).

(*) Marca las personas que resultaron ganadoras en cada proceso electoral.

2. PROCESO ELECTORAL 2016

ESTADO	2016				
	CANDIDATOS/AS		SPOTS ANALIZADOS		
	HOMBRES	MUJERES	RADIO	TV	TOTAL
Durango	5	1	68	76	144
Hidalgo	4	1	87	79	166
Puebla	2	3	80	75	155
Sinaloa	7	1	63	66	129
Tlaxcala	5	3	55	43	98
Veracruz	5	1	119	110	229
Zacatecas	5	2	51	57	108
TOTAL	33	12	523	506	1029

En **Durango** se presentaron 6 candidaturas, 1 mujer y cinco hombres: José Rosas Aispuro* (PAN-PRD), Esteban Villegas (PRI-PVEM-PD-NA), Gonzalo Yañez (PT), Guillermo Favela Quiñones (MORENA), Nancy Vásquez Luna (ES) y Alejandro Campa Avitia (CI).

En **Hidalgo** participó una mujer y cuatro hombres: Omar Fayad* (PRI-PVEM-NA), Francisco Xavier Berganza (PAN), José Guadarrama (PRD), Gloria Lizbeth Delgadillo Islas (PT) y Salvador Torres Cisneros (MORENA).

El Estado de **Puebla** presentó la mayor cantidad de mujeres en relación a los hombres que hayan participado en una contienda electoral, 3 mujeres y dos hombres: José Antonio Gali Fayad* (PAN-PT-NA-CPP-PSI), Blanca Alcalá Ruiz (PRI-PVEM-ES), Roxana Luna Porquillo (PRD), Abraham Quiroz Palacios (MORENA) y Ana Teresa Aranda Orozco (CI).

En **Sinaloa** participó una mujer y siete hombres: Quirino Ordaz Coppel *(PRI-PVEM-NA), Martín Heredia Lizárraga (PAN), Mariano Gómez Aguirre (PRD), Leobardo Alcántara Martínez (PT), Jesús Estrada Ferreiro (MORENA), Guadalupe Ramona Rocha Corrales (ES), Héctor Melesio Cuén Ojeda (PAS) y Francisco Cuauhtémoc Frías Castro (CI).

En **Tlaxcala** contendieron cinco hombres y tres mujeres; Marco Antonio Mena Rodríguez* (PRI-PVEM-NA-PS), Adriana Dávila Fernández (PAN), Lorena Cuéllar Cisneros (PRD), Edilberto Algreto Jaramillo (MC), Martha Palafox (MORENA), Federico Barbosa (ES), Felipe Hernández (PAC) y Jacob Hernández (CI).

Veracruz presentó cinco hombres y una mujer: Miguel Ángel Yunes Linares* (PAN-PRD), Héctor Yunes Landa (PRI-PVEM-NA-AVE), Alba Leonuila Méndez (PT), Armando Méndez de la Luz (MC) Cuitláhuac García Jiménez (MORENA), Víctor Alejandro Vázquez Cuevas (ES) y Juan Bueno Torio (CI).

Por **Zacatecas**, dos mujeres, una de ellas candidata independiente y cinco hombres: Alejandro Tello Cristerna* (PRI-PVEM-NA), Rafael Flores (PAN-PRD), Magdalena Nuñez (PT), David Monreal Ávila (Morena), Marco Flores (ES), Rogelio Soto y Alma Rosa Ollervides ambos CI.

(*) Marca las personas que resultaron ganadoras en cada proceso electoral.

IV. RESULTADOS Y CONCLUSIONES

En total se analizaron 2,174 spots (1,140 de radio y 1,034 de TV), en los cuales se divisaron algunos estereotipos. En dos de ellos, casos de violencia de género. Como se podrá apreciar en las siguientes tablas, la distribución de los spots que muestran violencia o estereotipos incluye a la mayoría de los partidos políticos.

1. VIOLENCIA DE GÉNERO

Folio	Estado	Partido de origen	Descripción	Impactos
RV012 75-16	Puebla	PAN	Se menciona que Mario Marín, ex gobernador de Puebla, "hizo" presidente municipal a la candidata. También se menciona que no se votaría por ella, sino por el regreso del gobernador.	334
RV016 32-16	Puebla	PAN	Se menciona que Mario Marín, ex gobernador de Puebla, "hizo" presidente municipal a la candidata. También se menciona que no se votaría por ella, sino por el regreso del gobernador.	399

2. ROLES DE GÉNERO Y ESTEREOTIPOS

Folio	Estado	Partido de origen	Descripción	Impactos
RV01279-15	Campeche	PAN	Podría sugerir que "únicamente" los hombres buscan empleo y las mujeres no.	643
RV01766-15	Campeche	PRI-PVEM	Salen tres personas, un doctor, un veterinario y la mujer es madre soltera.	218
RV00728-14	Colima	PT	Se identifica asignación de roles tradicionales en las profesiones asignadas a la mujer	3,268
RV00315-15	Guerrero	PVEM	Se muestran roles de género.	172
RV00380-15	Guerrero	MC	Se muestran roles de género; las mujeres hacen jardinería, son amas de casa y hacen compras en el mercado.	773
RV01847-15	Guerrero	PRI	Se presentan roles de género con respecto al sector de turismo.	611
RV01915-15	Guerrero	PRD	Se presenta sólo a hombres como responsables de actividades económicas y laborales.	341
RV00213-15	Guerrero	PPG	La candidata dice que "no se necesitan huevos para gobernar Guerrero".	344
RV00314-15	Guerrero	PVEM	La hermana se dedica exclusivamente a labores domésticas, mientras que el hijo sale a buscar trabajo.	204
RV00214-15	Guerrero	PPG	Se muestra a una niña describiendo su situación de pobreza y que se desempeña como empleada doméstica.	339
RA01346-16	Hidalgo	PT	Asignación del rol y la responsabilidad del hogar a las mujeres: "Hidalgo pierde la oportunidad de que las mujeres emprendedoras se integren a la actividad productiva, desde casa y sin necesidad de descuidar el hogar."	400
RV00410-15	Nacional	ES	El actor menciona que "no hay progenitora" refiriéndose a "no tener madre".	13,320
RV00687-15	Puebla	CI	El Candidato Independiente recaba el apoyo ciudadano. En la imagen aparece una pareja, pero solamente firma el hombre.	338
RA00583-16	Puebla	PRI-PVEM	Se menciona que los niños y niñas quieren hacer profesiones relacionadas con sus géneros.	2,488
RV00585-16	Puebla	PAN	Se muestra la familia del candidato, su esposa y familiares. En la escena final, una mujer está cargando a quien parece su hijo. Además, el aprendizaje del candidato proviene de figuras paternas.	496