



GUÍA para **medios de comunicación** **y partidos políticos:**

Hacia una cobertura de los procesos
electorales libre de discriminación

INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL
Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos
Coordinación Nacional de Comunicación Social
Unidad Técnica de Igualdad de Género y No Discriminación

Índice

Prólogo por Dr. Lorenzo Córdova.....	7
Introducción.....	11
I. ¿Por qué una Guía para medios de comunicación y partidos políticos?.....	15
II. ¿Qué es la discriminación?.....	21
II.1 ¿Qué son los estereotipos de género?.....	23
a) Estereotipos en los medios de comunicación.....	27
b) Estereotipos en los promocionales de los partidos políticos.....	31
III. ¿Cómo lograr una cobertura libre de discriminación en los medios de comunicación y en los promocionales de los partidos políticos durante los procesos electorales?.....	33
a) ¿Qué es y cómo se usa la perspectiva de género?.....	33
a.1 Regla de la inversión.....	36
a.2 Lista de verificación para una cobertura periodística de procesos electorales y promocionales de los partidos políticos sin discriminación.....	38
b) ¿Qué es y cómo se usa el lenguaje incluyente?.....	39
b.1 Caso Puebla.....	43
IV. ¿Cómo contribuimos a la igualdad y a la democracia?.....	45
Bibliografía.....	47

Prólogo

Uno de los fenómenos que mejor caracteriza la evolución de los sistemas democráticos es la creciente influencia de los medios de comunicación en la vida pública y política de nuestras sociedades.

Esa transformación ha sido muy bien identificada por los partidos políticos y por quienes se postulan para las candidaturas a puestos de elección popular, por lo que su estrategia mediática es esencial para los triunfos electorales.

En México, en 2007, el Congreso de la Unión diseñó un modelo de comunicación política que reglamentó el acceso a la radio y a la televisión con fines electorales, el cual desde la Constitución Federal garantiza el acceso a los medios de comunicación en condiciones de equidad a los partidos políticos. A diez años de dicha reforma constitucional,¹ y a ocho años de su puesta en marcha, vale la pena destacar tres aspectos fundamentales.

El primero es que la instrumentación de este modelo en los procesos electorales realizados entre 2009 y 2017, demuestra que ha sido una herramienta fundamental para procurar la equidad en la competencia electoral, ya que garantiza el acceso equitativo y la libertad de expresión de quienes compiten por los poderes públicos en las urnas.

El segundo es que la viabilidad de este modelo de comunicación se refleja en los altos niveles de cumplimiento por parte de la industria de la radio y la televisión que, mientras en 2009 promedió 92.4% la pauta que el Instituto Nacional Electoral (INE) mandató transmitir, para 2016 subió hasta llegar al 99.3%. Es decir, hubo un cumplimiento casi total por parte de los medios de comunicación.

Por último, la certeza de la información generada en las tareas de verificación y monitoreo a cargo del INE ha ratificado la confianza en el modelo de comunicación por parte de las y los actores políticos, de la sociedad y, en buena medida, también de la industria de la radio y la televisión.

¹ Decreto mediante el cual se reforma el primer párrafo del artículo 6, se reforman y adicionan los artículos 41 y 99; se reforma el párrafo primero del artículo 85, se reforma el párrafo primero del artículo 108; se reforma y adiciona la fracción IV del artículo 116; se reforma el inciso f) de la fracción V de la base primera del artículo 122; se adicionan tres párrafos finales al artículo 97, todos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 13 de noviembre de 2007.

Justamente por las actividades de monitoreo que se realizan, el INE cuenta con los insumos necesarios para analizar la cobertura informativa. Esto dio lugar a que en 2017, en el *Foro Internacional: Asimetrías y estereotipos de género en los medios de comunicación*, celebrado los días 2 y 3 de marzo en las instalaciones de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, sede México, el INE presentara una serie de investigaciones sobre la cobertura de candidatas y candidatos en los medios de comunicación y el contenido de los promocionales de los partidos políticos en términos del respeto al derecho a la igualdad y a la no discriminación. En dicho foro, se evidenció el tratamiento diferenciado que se da en medios de comunicación a mujeres y hombres en términos de cobertura y contenido, así como las características de los promocionales de los partidos políticos que reproducen estereotipos de género.²

Los estereotipos son preconcepciones sobre las características de las personas que integran un grupo social y sobre los roles que presuntamente deben cumplir.³ Asignar estereotipos y categorizar a las personas tiene una utilidad práctica porque ayuda a simplificar la complejidad del mundo que nos rodea. Sin embargo, cuando esta generalización vulnera, limita, menoscaba o impide el ejercicio de un derecho, incide negativamente en la calidad de nuestra democracia.

En términos del ejercicio de los derechos político-electorales, los estereotipos de género proyectan a las mujeres como actoras ajenas al ejercicio del poder público, situación que no sólo se aparta de la realidad, sino que fortalece la concepción de que pertenecen al ámbito privado haciendo nugatorios sus derechos.

El compromiso para su erradicación debe asumirse por la totalidad de las y los actores de la sociedad para el logro de una democracia sustantiva y paritaria: una democracia que tiene en el reconocimiento de la pluralidad y la igualdad una de sus premisas fundamentales.

En el INE estamos conscientes de que no se deben perder de vista las inercias culturales que exaltan a ciertos grupos sociales y desvalorizan a otros, y una y otra vez, estar pendientes de que el enfoque de género y no discriminación esté contenido en nuestros promocionales de radio y televisión, así como en nuestros documentos

² Para ver el material utilizado y generado para dicho foro, consultar la página <http://igualdad.ine.mx/foro-internacional-asimetrías-estereotipos/>

³ Rebecca J. Cook and Simone Cusack, *Gender Stereotyping: Transnational Legal Perspectives*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2009; p.1.

institucionales.

El logro de la igualdad sustantiva implica un cambio cultural, que sólo será posible si logramos modificar nuestras concepciones sobre los roles fijos que los grupos sociales presuntamente deberían cumplir dentro de la sociedad.

En aras de contribuir a ese cambio, el INE pone a disposición de los medios de comunicación y de los partidos políticos esta *Guía para medios de comunicación y partidos políticos: hacia una cobertura de los procesos electorales libre de discriminación*, que tiene por objeto contrarrestar las asimetrías y los estereotipos de género identificados durante el Foro Internacional: Asimetrías y estereotipos de género en los medios de comunicación ya mencionado.

El hecho de que lo mostrado por los medios de comunicación sea reflejo de la realidad social no es motivo para que autoridades, partidos políticos y medios de comunicación no asumamos la responsabilidad de propiciar contiendas electorales apegadas al principio de igualdad y no discriminación.

Apuntalar nuestros esfuerzos hacia la igualdad sustantiva es una forma de fortalecer a la democracia, para lo cual es indispensable construir un México incluyente.

Esperamos que el material que tienen en sus manos sea de utilidad para avanzar en la conformación de ese México, ahora desde los medios de comunicación.

Lorenzo Córdova Vianello
Consejero Presidente del Instituto Nacional Electoral

Introducción

La transversalización e institucionalización de la perspectiva de igualdad de género y no discriminación es el objetivo primordial de la Política de Igualdad de Género y No Discriminación del INE 2016-2023,⁴ aprobada por el Consejo General de este Instituto el 27 de enero de 2016.

Dicha Política mandata la colaboración entre las diversas áreas del Instituto para monitorear y dar seguimiento al cumplimiento de la paridad de género en los procesos electorales federales y estatales.⁵

El principio de paridad tiene alcances más amplios que la postulación para puestos de elección popular de 50-50 entre mujeres y hombres. Este principio implica considerar otros aspectos que influyen en las contiendas electorales, ya que se debe favorecer condiciones equitativas entre las mujeres y los hombres que deciden competir por algún puesto de elección popular, como es el caso de la aparición de las y los candidatos en los medios de comunicación.

Lo anterior ha llevado a este Instituto a analizar desde la perspectiva de género los procesos electorales, identificando factores que generan desigualdad para las candidatas, motivados por la discriminación y los estereotipos de género, los cuales van desde descalificaciones o subestimaciones de la pluralidad de las mujeres que contienden a un puesto de elección popular, a través de preguntas sesgadas durante entrevistas relacionadas con roles maternos o cosificación de su cuerpo, hasta violencia política en su contra por razón de género.⁶

Es en este marco en el que se genera la presente *Guía para medios de comunicación y partidos políticos: hacia una cobertura de los procesos electorales libre de*

⁴ Ver Acuerdo del Consejo General del Instituto Nacional Electoral por el que aprueba la política de igualdad de género y no discriminación del Instituto Nacional Electoral y las líneas estratégicas de la Unidad Técnica de Igualdad de Género y no Discriminación 2016-2023, identificado con el número INE/CG36/2016, aprobado el 27 de enero de 2016.

⁵ Ver Lineamiento 7. *Ibid.*

⁶ Ver documentos generados por el Instituto Nacional Electoral para el Foro Internacional: “Distribución de los tiempos del Estado en radio y televisión para las candidaturas de mujeres y hombres. Procesos Electorales Locales 2015-2016”; “Violencia política contra las mujeres y tratamiento de igualdad de género en los spots para los procesos electorales locales 2015-2016”; “Informe sobre las variables de género del monitoreo de programas de radio y televisión”; “Cobertura de medios y estereotipos de género en entrevistas en espacios noticiosos a candidatas y candidatos”; “Análisis con perspectiva de género de la cobertura de los medios durante el Proceso Electoral Federal 2014-2015 y los procesos electorales locales 2015-2016”. Consultable en <http://igualdad.ine.mx/foro-internacional-asimetrías-estereotipos/>

discriminación, que si bien no es vinculante, pretende ser una herramienta para que medios de comunicación y partidos políticos propicien que las contiendas electorales, en los medios de comunicación, se realicen con un enfoque de igualdad, libres de estereotipos de género y mostrando la diversidad social en los mensajes dirigidos a la ciudadanía.

Esta Guía también pretende ser un instrumento para que las instituciones públicas que de alguna manera participan en los procesos electorales, o bien, organizan las elecciones, como este Instituto o los Organismos Públicos Electorales Locales, revisemos si los contenidos mediáticos que impulsamos contribuyen a una democracia igualitaria.

El documento contiene, en primer lugar, una exposición de los resultados de los cinco estudios que el INE elaboró para el *Foro Internacional: Asimetrías y estereotipos de género en los medios de comunicación* celebrado en 2017, que muestran prácticas en la cobertura de los medios de comunicación y los promocionales de los partidos políticos que reproducen estereotipos de género y favorecen condiciones de desigualdad en la contienda electoral, lo cual justifica la emisión esta Guía.

En el siguiente apartado titulado *¿Qué es la discriminación?*, se explica qué debemos entender por discriminación y, también, qué son los estereotipos de género y cómo constituyen una forma de discriminación, brindando ejemplos de este fenómeno en los medios de comunicación durante la cobertura de los procesos electorales y en los promocionales de los partidos políticos durante años recientes.

Por su parte, el apartado titulado *¿Cómo lograr una cobertura libre de discriminación en los medios de comunicación y en los promocionales de los partidos políticos durante los procesos electorales?* propone dos herramientas para contrarrestar lo expuesto en el segundo apartado, consistentes en el uso de la perspectiva de género y del lenguaje incluyente, facilitando ejemplos sobre cómo utilizarlas.

Esta Guía encuentra su fundamento en los artículos 1, 2, 4, 35 y 41, fracción I, segundo párrafo, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), así como en diversos instrumentos jurídicos de origen internacional como la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra

la Mujer (CEDAW por sus siglas en inglés), la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer (Convención de Belém Do Pará), la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, la Convención Interamericana para la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra las Personas con Discapacidad, la Convención Internacional sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación Racial, la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas y las recomendaciones generales del Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer, así como las Observaciones finales del Comité para la Eliminación de la Discriminación Racial (CERD) a los informes 12 al 15, 16 y 17 presentados por México.

El artículo 5 de la CEDAW destaca la obligación de modificar los estereotipos que estén basados en la idea de la inferioridad o superioridad de cualquiera de los sexos o que se basen en funciones estereotipadas de hombres y mujeres. El artículo 8, letra g. de la Convención de Belém do Pará y la Recomendación General 23 del Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer señalan una obligación especial en relación con los medios de comunicación, advirtiendo que los *estereotipos de género [en] los medios de comunicación limitan la vida política de las mujeres a cuestiones como el medio ambiente, la infancia y la salud y las excluye de responsabilidades en materia de finanzas, control presupuestario y solución de conflictos.*⁷

Por otra parte, este documento da cumplimiento a uno de los compromisos asumidos en el *Foro Internacional: Asimetrías y estereotipos de género en los medios de comunicación.*⁸

Finalmente, se agradece la colaboración a Lucía Lagunes Huerta de *Comunicación e Información de la Mujer AC (CIMAC)* por la generosa revisión de esta Guía, al haber hecho observaciones que nutrieron este trabajo.

A todas las imágenes de la presente Guía se les da su debido crédito y se utilizan para fines de divulgación.

⁷ Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer, recomendación número 12, Recomendación General 23, Vida política y pública, 16° período de sesiones, 1997.

⁸ Para ver los compromisos, consultar la página <http://igualdad.ine.mx/foro-internacional-asimetrías-estereotipos/>

I. ¿Por qué una Guía para medios de comunicación y partidos políticos?

El principio de paridad reconocido en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo 41, no se agota con la postulación igualitaria en términos cuantitativos, es decir, con la presencia de mujeres en la mitad de los espacios disponibles para la postulación, sino que ésta implica generar un contexto que permita a todas y todos los candidatos tener las mismas oportunidades de obtener el triunfo.⁹

La normativa de origen nacional e internacional establece el derecho a la igualdad y a la no discriminación y el derecho de las mujeres a participar en las funciones públicas, para lo que es necesario tomar conciencia sobre el uso de los estereotipos de género, y su eliminación requiere de la modificación de prácticas culturales machistas normalizadas y arraigadas.

Los resultados de los cinco estudios realizados por el INE para el *Foro Internacional: Asimetrías y estereotipos de género en los medios de comunicación*, durante los procesos electorales federales de 2014-2015 y locales de 2015-2016, reportaron que hubo una presencia desigual en la cantidad y la calidad de cobertura de las candidaturas por parte de los medios de comunicación.

El estudio titulado “Distribución de los tiempos del Estado en radio y televisión para las candidaturas de mujeres y hombres. Procesos Electorales Locales 2015-2016” analizó 2,961 *spots* que pautaron partidos políticos y candidaturas independientes durante dicho proceso electoral, y obtuvo como resultado que 49.17% de los *spots* fueron narrados por hombres y solamente 10.33% por mujeres. El porcentaje restante alternó voces de ambos sexos.

⁹ Para lograr que se incorporara la paridad como un principio democrático en nuestro país, las asociaciones civiles de derecho humanos, así como los grupos feministas, hicieron un recorrido largo de exigencias. Si bien la lucha por la igualdad viene de muchos años antes, podemos mencionar como punto partida 1953, con la reforma al artículo 34 a la Constitución Federal, en donde se reconoció el derecho a votar y ser votadas de las mujeres; posteriormente, podemos dar un salto hasta 1993 en donde al reformarse el artículo 175-A del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales se incorporó una recomendación a los partidos políticos para promover una mayor participación política de las mujeres; luego, en 1996, se volvió a reformar dicho artículo, para establecer que los partidos políticos no podían postular a alguno de los sexos en más de 70% del total de candidaturas, pero sin sanciones por su incumplimiento; hasta 2002, en el mismo Código se incorporó una sanción al incumplimiento de la cuota; por último, antes de la incorporación de la paridad a la Constitución Federal, en 2008, la cuota aumentó al 40%. Para más detalles sobre este proceso, se puede consultar el libro “Impacto del registro paritario de candidaturas en el Proceso Electoral Federal 2014-2015” elaborado por la Mtra. Teresa Hevia Rocha y el Dr. Javier Aparicio Castillo, publicado por la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos del Instituto Nacional Electoral en 2015. Específicamente se pueden ver las páginas 16 a 60.

Además, el estudio advirtió que la combinación más recurrente fue la voz de un hombre hablando sobre candidaturas de ambos sexos, mientras que la voz de las mujeres solamente se utilizó para hablar de candidatas mujeres.

Por su parte, el estudio “Violencia política contra las mujeres y tratamiento de igualdad de género en los *spots* para los procesos electorales locales 2015-2016” analizó la estructura de 2,961 *spots* para identificar la presencia de lenguaje sexista y/o violencia política, o mensajes que reforzaran estereotipos de género. Los resultados arrojaron que 2.3% de los *spots* (69 *spots*) revelaron estereotipos de género posicionando a las mujeres en roles tradicionales. Es decir, como amas de casa, responsables del cuidado de las demás personas o víctimas que requieren de ayuda dada su situación de vulnerabilidad.

En ese mismo estudio, se reveló que solamente en 6.5% de los *spots* se mencionó explícitamente el ideal de la igualdad entre los sexos, lo que indica que el tema no es prioritario en las propuestas de las candidaturas.

El estudio titulado “Informe sobre las variables de género del monitoreo de programas de radio y televisión” contrastó la cobertura y el tiempo de exposición por sexo de las personas candidatas de dos procesos electorales: el proceso electoral federal 2014-2015 y el proceso electoral local 2016 de la Ciudad de México. En ambos procesos, se expone una profunda asimetría en la cobertura informativa por parte de los medios de comunicación en perjuicio de las candidatas y sus derechos políticos.

Esta desigualdad que reproducen los medios de comunicación contra las candidatas atenta contra el derecho de la participación política de las mujeres, debido a que no son mostradas desde sus propuestas políticas ni en la proporción de su participación. Muestra de ello es la elección de la Asamblea Constituyente de la Ciudad de México, en donde la cobertura a candidatos hombres fue tres veces mayor a la cobertura de las candidatas mujeres, aun cuando se postuló la misma cantidad de mujeres y hombres.

Por su parte, el estudio sobre la “Cobertura de medios y estereotipos de género en entrevistas en espacios noticiosos a candidatas y candidatos” revisó 117 horas de nueve noticieros en radio y televisión correspondientes a las campañas para las gu-

bernaturas de Sonora, Nuevo León y Colima, que fueron las entidades federativas en donde hubo mujeres candidatas a dicho puesto. Los resultados mostraron que tanto la cobertura como el tipo de preguntas que se les plantearon por parte de periodistas a las candidatas, no estaban relacionadas con sus propuestas políticas ni con su trayectoria profesional, sino con cuestiones relacionadas con su físico, su forma de vestir, su rol de madre y esposa y con las profesiones de sus parejas sentimentales.

Por último, el documento “Análisis con perspectiva de género de la cobertura de los medios durante el Proceso Electoral Federal 2014-2015 y los procesos electorales locales 2015-2016” muestra que cerca de 70% de las notas periodísticas no contemplan la perspectiva de género, ya que omiten la presencia de mujeres en sus fuentes informativas y pasan por alto la posibilidad de ofrecer un ángulo de inclusión/paridad en materia de cobertura política. Además, de todas las personas que se mencionan en las notas recuperadas, sólo 13% son mujeres, y del total de menciones a candidatas o candidatos durante los procesos electorales, sólo 19% se refieren a las primeras.¹⁰

Los datos revelan que no existe una cobertura igualitaria entre candidatas y candidatos, ya que la cantidad de ocasiones en las que se muestra a los candidatos es mayor a las que las candidatas y, además, la forma en la que se muestra a éstas, generalmente, está cargada de estereotipos de género que las ubican en el ámbito privado.

El abordaje desigual en medios de comunicación tiene repercusiones en el ejercicio de los derechos políticos de las personas, especialmente en los momentos de las precampañas y campañas políticas cuando la ciudadanía está conociendo y evaluando las propuestas de quienes aspiran a fungir como personas gobernantes o representantes. En ese sentido, es importante estar conscientes de que reproducir estereotipos discriminatorios puede tener un impacto negativo sobre las personas¹¹ y, en particular, sobre ciertos grupos sociales que han sido tradicionalmente discriminados como son las mujeres, las personas indígenas, los grupos de la diversidad sexual, las personas

¹⁰ De 120 mil notas periodísticas de cuántos medios impresos se definió un conjunto de éstas que permitieran analizar el tema encomendado. Primero, se delimitó la muestra para las notas publicadas entre septiembre de 2014 y septiembre de 2016, esto con el fin de recuperar información desde el comienzo y hasta el cierre de los procesos electorales de 2015 y 2016. Además, se optó por dejar fuera de la muestra aquellos textos no mayores a 200 caracteres y los redactados por agencias de información, con el propósito de contar con un cuerpo de textos originales y válidos para el análisis. A partir de ello, se seleccionó una muestra aleatoria de mil textos periodísticos, representativa de unos 66 mil publicados en relación con los procesos electorales. Ver estudio “Análisis con perspectiva de género de la cobertura de los medios durante el Proceso Electoral Federal 2014-2015 y los procesos electorales locales 2015-2016” del Instituto Nacional Electoral, pág. 13. Consultable en <http://igualdad.ine.mx/foro-internacional-asimetrías-estereotipos/>

¹¹ Ya ha habido precedentes jurisdiccionales en los que se aborda cómo los estereotipos de género en los promocionales influyen negativamente en el derecho a la igualdad de las mujeres. Al respecto se puede ver, por ejemplo, la sentencia identificada como SER-PSC-68/2017, relativa al promocional “Vecinas de Coahuila” del Partido Acción Nacional.

transexuales, las personas afroamericanas y las personas con discapacidad.

El peso de los medios de comunicación es tal que pueden distorsionar el piso mínimo de equidad indispensable para el adecuado desarrollo de las elecciones.¹² Primero, porque son el escenario privilegiado de las campañas electorales y a través de ellos, las y los políticos intentan hacer llegar sus propuestas al electorado para diferenciarse y captar su voto; segundo, porque dirigen la atención pública hacia determinados sucesos o temas y seleccionan las personas “clave” o “relevantes” que protagonizan las noticias en este contexto; tercero, porque seleccionan enfoques para presentar a las audiencias los temas y/o acontecimientos y, por ello, pueden reproducir visiones discriminadoras o pueden ser agentes de cambio impulsando miradas más inclusivas de la pluralidad y diversidad, y cuarto, porque son la principal fuente de información política para la ciudadanía.¹³

En el mismo sentido, lo que los partidos políticos muestren en sus promocionales se reproduce en los medios de comunicación, teniendo éstos los alcances señalados en el párrafo anterior.

Vale la pena retomar el informe de 2016 del Latinobarómetro, en el que se muestra que 47% de las personas en México se informa de los asuntos políticos a través de la radio, mientras que 77% lo hace a través de la televisión. Por su parte, 31% de las personas encuestadas se informa de los asuntos políticos a través de internet.¹⁴

Un medio de comunicación que informa de manera inoportuna y que muestra a las candidatas y candidatos de forma sesgada vulnera la democracia, ya que impide que la ciudadanía tenga a su disposición elementos ciertos y suficientes para orientar sus posturas políticas y, de cara a las elecciones, su voto. En otras palabras, las opiniones distorsionadas generan una ciudadanía mal informada y por lo tanto menos libre.¹⁵

Por ello, la responsabilidad de quienes fungen como el principal conducto de la información política es de suma importancia. Para que una democracia funcione, la

¹² Lorenzo Córdova y Pedro Salazar (coords), *Estudios sobre la reforma electoral 2007, Hacia un nuevo modelo*, México: Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, 2008, p.62.

¹³ Beatriz Llanos, Ojos que (aún) no ven, *Nuevo reporte de ocho países: género, campañas electorales y medios en América Latina*, Perú: ONU Mujeres, IDEA Internacional, 2012, p.8.

¹⁴ Latinobarómetro, *El declive de la democracia-Latinobarómetro 2016*, Chile, 2016, pp. 46-48.

¹⁵ Lorenzo Córdova y Pedro Salazar (coords.) *op. cit.*, p. 62.

ciudadanía debe tener frente a sí un pluralismo en los medios -y *de medios*-, es decir, además de contar con alternativas de información, dichas alternativas deben mostrar la diversidad de opiniones y opciones políticas de forma completa¹⁶ permitiendo la formación de una opinión pública libre.¹⁷

El Instituto Nacional Electoral como organismo autónomo constitucional que tiene como principal función contribuir a la consolidación de la democracia en nuestro país, a través de la organización de las elecciones, no tiene facultades para definir el contenido de los promocionales de candidatas y candidatos, y tampoco puede establecer la cantidad de tiempo en radio y televisión que cada partido político destina a cada una de sus candidaturas, ya que de hacerlo estaría, en el primer caso, censurando de manera previa la libertad de expresión y, en el segundo, afectando el derecho a la autodeterminación que tienen los partidos políticos.

Sin embargo, el compromiso de erradicar los estereotipos de género es una tarea de Estado que deben asumir las instituciones públicas y privadas, los partidos políticos, la sociedad civil y los medios de comunicación, por lo que esta Guía es una de las formas en las que este Instituto contribuye a una sociedad igualitaria, pues pretende abonar a la reflexión sobre el rol vital que tienen los medios de comunicación y los partidos políticos en la forma en que muestran a las candidatas y candidatos y, por el otro, ser una herramienta que permita identificar las prácticas que refuerzan los estereotipos de género en los medios de comunicación con miras a su erradicación.

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Jurisprudencia 11/2008. Libertad de expresión e información. Su maximización en el contexto del debate político. Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.

II. ¿Qué es la discriminación?

Todas las personas somos iguales en el sentido de que tenemos los mismos derechos y las mismas obligaciones, y al mismo tiempo todas las personas somos diferentes, por lo que en una democracia nadie puede ser excluida o relegada por alguna característica de su persona, como lo es el sexo, el color de piel, la nacionalidad, la preferencia u orientación sexual, la identidad de género, las discapacidades, las opiniones, y todas aquellas situaciones que hacen a las personas únicas e insustituibles.

La igualdad tutela la identidad de cada persona, en virtud del igual valor asociado a las diferencias. Es decir, cada persona es diferente de las y los otros y al mismo tiempo es una persona como todas las demás.¹⁸ Por ello, el derecho a la igualdad va de la mano con el derecho a la no discriminación.

La Corte Interamericana de Derechos Humanos ha señalado que *la no discriminación, junto con la igualdad [...], son elementos constitutivos de un principio básico y general relacionado con la protección de los derechos humanos. El elemento de la igualdad es difícil de desligar de la no discriminación,*¹⁹ por lo que todos los Estados tienen la obligación de respetar y garantizar todos los derechos humanos a todas las personas.

De ahí que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos señale en su artículo primero que: *en los Estados Unidos Mexicanos todas las personas gozarán de los derechos humanos reconocidos en [la] Constitución y en los tratados internacionales de los que el Estado Mexicano sea parte, así como de las garantías para su protección y [...] queda prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas.*²⁰

La discriminación lleva consigo el menoscabo de algún derecho. Es decir, no cualquier distinción configura necesariamente discriminación. Para estos efectos es útil traer a

¹⁸ Para estos efectos se puede ver el cuarto modelo de configuración jurídica de la diferencia de Luigi Ferrajoli. Luigi Ferrajoli, *Derechos y garantías, La ley del más débil*. Madrid: Trotta, 1999, pp. 73-96.

¹⁹ Corte Interamericana de Derechos Humanos, Condición Jurídica y Derechos de los Migrantes Indocumentados, Opinión Consultiva OC-18/03 solicitada por los Estados Unidos Mexicanos, 17 de septiembre de 2003, párr. 83.

²⁰ Ver artículo 1 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, párrafos primero y cuarto.

cuenta la definición de la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación:

Artículo 1.

[...]

I. [...] se entenderá por discriminación toda distinción, exclusión, restricción o preferencia que, por acción u omisión, con intención o sin ella, no sea objetiva, racional ni proporcional y tenga por objeto o resultado obstaculizar, restringir, impedir, menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos y libertades, cuando se base en uno o más de los siguientes motivos: el origen étnico o nacional, el color de piel, la cultura, el sexo, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, económica, de salud o jurídica, la religión, la apariencia física, las características genéticas, la situación migratoria, el embarazo, la lengua, las opiniones, las preferencias sexuales, la identidad o filiación política, el estado civil, la situación familiar, las responsabilidades familiares, el idioma, los antecedentes penales o cualquier otro motivo;

La Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer (CEDAW, por sus siglas en inglés) define la discriminación contra las mujeres como “toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por la mujer, independientemente de su estado civil, sobre la base de la igualdad del hombre y la mujer, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural y civil o en cualquier otra esfera.”²¹

Por su parte, la Convención Internacional sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación Racial advierte que la expresión "discriminación racial" denota “toda distinción, exclusión, restricción o preferencia basada en motivos de raza, color, linaje u origen nacional o étnico que tenga por objeto o por resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos humanos y libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural o en cualquier otra esfera de la vida pública.”²²

La discriminación es un proceso que, en primer lugar, distingue, restringe o prefiere basado en alguna categoría como las enunciadas en las definiciones, para después impedir el goce o ejercicio de algún derecho.

Por ejemplo, imaginemos que Juan organiza una fiesta, pero entre su grupo de amigos elige a aquellos que saben tocar algún instrumento musical, dejando sin invitación a aquellos que no cuentan con ese requisito. ¿Esto se consideraría discriminación?

²¹ Artículo 1 de la CEDAW.

²² Artículo 1 de la Convención Internacional sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación Racial.

No, porque si bien Juan está excluyendo de invitar a su fiesta con base en la categoría de saber tocar un instrumento, le falta el componente final, es decir, la negación de un derecho, e ir a la fiesta de Juan no es un derecho que tienen las personas.

Otro ejemplo podría ser que Laura acude a solicitar un trabajo a una compañía de construcción, como obrera. Sin embargo, Pedro, el empleador, se niega a procesar su solicitud bajo el argumento de que es mujer y que la construcción, por ser un trabajo que requiere de fuerza física, no es apto para mujeres. Esta negación ¿se considera discriminación? Sí, porque el trabajo es un derecho y a Laura se le está negando el derecho a participar en el proceso de selección para ser obrera, por su sexo, es decir, por su condición de ser mujer.²³

II.I. ¿Qué son los estereotipos de género?

Las personas estereotipamos para ubicar a las personas en grupos o “tipos de personas” para simplificar el mundo, pues eso reduce la incertidumbre respecto de quiénes son las personas que nos rodean. Estereotipar es el proceso de asignarle a una persona ciertos atributos o roles en razón de sus características físicas visibles, lo que hace innecesaria la consideración del resto de sus habilidades, necesidades, deseos y circunstancias individuales.²⁴ Pensemos en una persona con tatuajes y piercing: lo primero en lo que centramos nuestra atención son en dichas características y las asociamos a los pensamientos, positivos o negativos, que tengamos al respecto, sin considerar la individualidad y el resto de las cualidades de la persona.

Cuando las personas no actúan conforme a lo esperado de acuerdo al grupo en el que se les encasilló, se considera negativo o “extraño” toda vez que no responde a los roles que la sociedad les impuso. Los estereotipos se vuelven problemáticos y requieren atención cuando niegan un derecho, imponen una carga, minimizan la dignidad o marginalizan.²⁵

Un ejemplo de la forma en la que los estereotipos pueden limitar derechos es la dis-

²³ Este tipo de discriminación, de acuerdo con Cook y Cusack está basada en *estereotipos de género estadísticos*, que parten de una malinterpretación de los hechos, que en el caso concreto, sería que, en promedio, las mujeres son físicamente más débiles que los hombres, sin embargo, ello no debe importar a la hora de permitir que Laura participe en el proceso de selección de personal, ya que ser mujer no es sinónimo de ser débil físicamente. Cook Rebecca J. and Cusack Simone, *Gender Stereotyping: Transnational Legal Perspectives*, USA, University of Pennsylvania Press, 2009, p. 18.

²⁴ *Ibid.*, p.1.

²⁵ Cook y Cusack, pp. 77-78.

tinción en el otorgamiento del servicio de guarderías exclusivamente para las mujeres trabajadoras y no los hombres trabajadores, con lo cual además de fortalecer el estereotipo de que ellas son las responsables del cuidado de las y los hijos, impide la distribución equitativa de las tareas de cuidado, fomentando una doble jornada laboral para las mujeres.

Al respecto, la Suprema Corte de Justicia de la Nación, mediante el Amparo en Revisión 59/2016, determinó que el otorgar los servicios de guardería en forma exclusiva a las mujeres es injustificada y discriminatoria, en tanto la diferencia de trato, en el caso particular, deriva de la asignación a la mujer del rol de crianza, atención y cuidado de las hijas e hijos, por el sólo hecho de serlo, sin considerar que dichas actividades son una responsabilidad compartida.

Los estereotipos generan discriminación porque en la medida en que cada quien tiene un “lugar” en la sociedad y se espera cierto comportamiento de él o ella, entonces se les priva de aquello que no haya sido asignado a su rol, lo que en ocasiones constituye la violación a un derecho.

En el caso de los roles impuestos a lo femenino y a lo masculino, se les llaman estereotipos de género, y responden *a la construcción social y cultural de hombres y mujeres, en razón de sus diferentes funciones físicas, biológicas, sexuales y sociales. Más ampliamente, pueden pensarse como las “convenciones que sostienen la práctica social del género”*,²⁶ negando la posibilidad de comportamientos diferentes. Nacer con determinado sexo no debería determinar las actitudes que adoptaremos como personas a lo largo de nuestra vida.

Para las finalidades de esta Guía, es muy importante que las personas que son responsables de escribir una nota, diseñar un promocional de partido político o implementar publicidad institucional, sean conscientes de que los estereotipos terminan por afectar los derechos de las personas.

Estereotipos de género por características físicas

Los estereotipos basados en las capacidades físicas de las personas determinan, en términos de género, que los hombres son fuertes y con capacidades innatas de liderazgo y las mujeres son débiles y manejables. Estas creencias impiden ver la indi-

²⁷ *Ibid.*, p. 23.

vidualidad de las personas y generalizan con base en el sexo. Identificar estas creencias permite evaluar si en nuestras notas, promocionales o publicidad institucional estamos reproduciendo este estereotipo de género que limita el acceso a los derechos.

Estereotipos de género sobre los comportamientos sexuales

La creencia que predomina sobre las formas en que hombres y mujeres deben comportarse sexualmente indica, estereotípicamente, que la sexualidad de los hombres es incontrolable y persistente a lo largo de toda su vida, mientras que la sexualidad de las mujeres está siempre vinculada a la familia y a la reproducción y por lo tanto limitada a estos ámbitos.

Estereotipos de género por roles sociales

Mediante este tipo de estereotipos se asigna roles determinados socialmente para hombres y mujeres de acuerdo con su pertenencia a uno u otro sexo. En estos términos, el más común es el de que los hombres son proveedores y por tanto se desenvuelven en el ámbito público y productivo y, por contraste, el rol social asignado a las mujeres está vinculado al cuidado de los otros, al ámbito reproductivo, es decir, al mundo privado y, por lo tanto, ajeno a la esfera pública, donde se desarrolla la política. Este estereotipo permea en la concepción que se tiene respecto del ejercicio de las profesiones, intereses o competencias laborales e incluso programas de transferencia monetaria que condicionan su éxito a la idea de que las mujeres no trabajan fuera del hogar y son las responsables del cuidado de la salud, alimentación y educación de la infancia.

Aun cuando las mujeres participen en el ámbito público el comportamiento que se espera de ellas sigue ligado al mundo privado, es decir, se esperan liderazgos suaves, comprensivos o maternales. Se les cree con dotes “innatas” para profesiones ligadas a la salud y las ciencias sociales. En tanto que se espera que los hombres siempre sean rudos, valientes y líderes.

Este estereotipo se encuentra presente en el abordaje que los medios de comunicación hacen de las candidatas y candidatos y en los promocionales de los partidos políticos que posiciona a las mujeres en roles subordinados profesionalmente frente a los hombres, y las ubican en el ámbito del cuidado, al servicio de los demás, o se les cuestiona sobre sus roles maternos más que sobre sus propuestas políticas.

Estereotipo de género compuestos

Para Cook y Cusack, los estereotipos compuestos se dirigen a la diversidad de mujeres y hombres. Es decir, existen estereotipos que permean de forma interseccional la vida de las personas. Por ejemplo, existen estereotipos que aluden la falta de autonomía para ejercer el derecho al voto por parte de las mujeres indígenas; la vida de las mujeres lesbianas o la salud mental de las mujeres y hombres trans u homosexuales.

Los estereotipos perjudican a otros grupos en situación de desventaja como las personas del colectivo LGBTTTIQ (personas Lesbianas, Gays, Bisexuales, Transgéneros, Travestis, Transexuales e Intersexuales), a las personas indígenas, a las personas con discapacidad y a las personas afrodescendientes, por mencionar algunas.

En relación con la comunidad LGBTTTIQ, ésta se ve afectada principalmente por la dicotomía sexual y de género que sostiene que existen solo “dos universos” sexuales y de género, naturalmente diferentes,²⁷ excluyendo otras formas de vivir la sexualidad, tratándolas estereotípicamente como “anormalidades”²⁸.

La creencia de que la heterosexualidad o la asunción de que la identificación cisgénero²⁹ es lo normal o lo natural, discrimina a las personas que no se identifican de esa forma y, por ende, reproduce estereotipos que producen violencia de género en perjuicio de la comunidad LGBTTTIQ. Algunos de los estereotipos más comunes que se asignan a las personas transexuales son la hipersexualidad, la persistencia de enfermedades de transmisión sexual y la prostitución cuando se trata de mujeres transexuales.

Por otra parte, a las personas indígenas y afrodescendientes de manera estereotípica se les asignan roles serviles como empleadas o empleados domésticos, sin una preparación profesional y se les coloca en una situación de inferioridad respecto de las

²⁷ El Protocolo para Juzgar con Perspectiva de Género de la Suprema Corte de Justicia de la Nación describe al dicotomismo sexual como una manifestación del sexismo que trata a mujeres y hombres como si fueran absolutamente diferentes, en vez de tratarlos como dos grupos que tienen muchas semejanzas y algunas diferencias. Ver Suprema Corte de Justicia de la Nación, *Protocolo para Juzgar con Perspectiva de Género. Haciendo Realidad el Derecho a la Igualdad*. México, 2015, p. 68.

²⁸ Luisa Rebeca Garza señala que: [la transexualidad es] hermana a la identidad homosexual en tanto que ambas surgen como categorías médicas que mediante políticas de verdad son incorporadas a la categoría de *desviaciones sexuales*” y relata la historia de la patologización de la identidad trans”. Ver Luisa Rebeca Garza, *Violencias de género y participación política electoral de las personas trans* en México desde 1990 dentro del sistema electoral mexicano, Tesis para optar por el grado de Maestría en Procesos e Instituciones Electorales*. Oaxaca, 2017, pp. 53, 56-57.

²⁹ *Cisgénero es la identificación de aquellas personas cuya identidad de género corresponde con su sexo/género asignado al nacer, es decir, personas en cuyo cuerpo coinciden el sexo/género socialmente asignado y la identidad de género autopercebida*. Ver Luisa Rebeca Garza, *op. cit.*, 18, 61-74.

otras personas en términos de educación y conocimientos, lo que perpetúa la situación de desigualdad en la que se encuentran.³⁰

a) Estereotipos en los medios de comunicación

La discriminación y los estereotipos están presentes en la vida cotidiana de las personas y en todos los ámbitos sociales, por lo que la vida política del país no queda exenta de esta situación. Los procesos electorales también reproducen estereotipos y los medios de comunicación los reproducen de forma acrítica y en muchas ocasiones los promueven libremente.

En relación con los medios de comunicación, interesa destacar la cobertura noticiosa de los procesos electorales, por lo que el enfoque estará centrado en las entrevistas a candidatas y candidatos, las columnas de opinión sobre los mismos y los reportajes especiales o investigaciones relacionadas con las candidaturas.³¹

El presente apartado brindará ejemplos de la reproducción de estereotipos de género y discriminación en los medios de comunicación.³²

La propuesta de esta Guía es que las prácticas normalizadas en las que incurren las y los periodistas al momento de la cobertura de la participación político electoral de las mujeres deben ser conocidas, concientizadas y eliminadas, con el fin de lograr una cobertura equilibrada y sin sesgos de las candidaturas de las personas en los procesos electorales.

Mujeres en roles tradicionales

Ubicar a las mujeres candidatas en roles tradicionales, ya sea cuestionándolas sobre

³⁰ Ver, por ejemplo, Felipe Maraón y Carlos Muñiz, *Estereotipos mediáticos de los indígenas. Análisis de las representaciones en programas de ficción y entretenimiento de televisoras en Nuevo León*, Razón y Palabra, Primera revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación, Número 80, 2012 consultado el 11 de junio de 2017 en http://www.razonypalabra.org.mx/N/N80/V80/20_MaranonMuniz_V80.pdf; y Rebelín Echeverría, *Estereotipos y Discriminación hacia las personas indígenas mayas: su expresión en las narraciones de jóvenes en Mérida, Yucatán*, Aposta, Revista de Ciencias Sociales, Número 71, 2016.

³¹ Se considera que Llanos y Nina exponen una metodología para categorizar la estereotipación de una nota periodística útil. Señalan lo siguiente: "Estaremos ante noticias "abiertamente estereotipadas" cuando las informaciones usen un lenguaje o imágenes que denigren a la mujer o trivialicen sus logros, glorifiquen o justifiquen la violencia ejercida por hombres o los ridiculicen por ocupar roles no tradicionales. Y éstas serán "sutilmente estereotipadas" cuando contengan suposiciones no explícitas sobre los roles asignados tradicionalmente a los hombres y las mujeres o cuando se transmiten creencias como que las mujeres son frágiles. La metodología identificó, en este marco, tres supuestos tipo para ayudar a identificar estereotipos presentes en las informaciones. Estos fueron: a) La presentación de mujeres en roles de víctima u objetos sexuales; b) Presentación de mujeres vinculadas a sus roles domésticos o énfasis desproporcionados en su vida privada; c) Mayor peso otorgado a la vestimenta o rasgos físicos de las candidatas minusvalorando sus propuestas electorales." Ver Llanos Beatriz, Ojos que (aún) no ven, *Nuevo reporte de ocho países: género, campañas electorales y medios en América Latina*, ONU Mujeres, IDEA Internacional, Perú, 2012, págs. 32-33.

³² La mayoría de los ejemplos expuestos en este apartado son tomados del documento "Participación política de las mujeres: Violencia política y misoginia en las campañas 2016". Observatorio de Medios de Comunicación e Información de la Mujer, A.C. (CIMAC), México, 2016, págs. 51-62. Agradecemos a CIMAC el permiso para su utilización.

cómo compaginarán su vida privada con su vida pública, o resaltando en ellas conductas relacionadas con el género femenino como la nobleza, paciencia, prudencia, obediencia y debilidad, las coloca en una situación de desventaja respecto de los candidatos hombres, toda vez que genera una percepción en la ciudadanía de mujeres dependientes con poca capacidad de liderazgo y autonomía.

Como se mencionó en el primer apartado, los medios de comunicación muestran más interés en los roles de madre y esposa de las candidatas y menos en sus propuestas programáticas de gobierno; mientras que en el caso de los hombres, el interés está en sus relaciones políticas y su pasado en la función pública.³³

“Tiene 38 años, es madre de tres hijas y también gusta del futbol americano además de cocinar. Es la mujer que entregó la ciudad a Dios”.

El Universal, Nación, 20 de enero de 2015, A6

“...pero confía en que el ser emprendedora y tener activos propios de las mujeres, como valores morales y ser buena administradora, aunque aclara que su discurso no es asunto de género”.

Excélsior, Política, 6 de mayo de 2015, p.2

“Esposa y madre de familia, lleva 23 años de casada... Su familia es su fortaleza, su punto de partida y su abrigo.”

Excélsior, Nacional, 6 de marzo de 2015, p.9

“La prueba de fuego, tuvo que ocupar la presidencia municipal de Guadalupe, Nuevo León, donde alternó su papel de madre de un bebé con el de alcaldesa en el infierno, pues enfrentó el desafío creciente por parte del crimen organizado... Una gran sonrisa y entusiasmo retratan a esta mujer con vocación política... fotogénica y estudiante de mención honorífica en la Carrera de Derecho.”

El Universal, Nación, 14 de enero de 2015, A6

“La campaña negra también ha tenido como objetivo la imagen de la candidata, a quien... [se] le sugirió ponerse a barrer en vez de criticar la administración...”

La Jornada, 7 de mayo de 2016

Cosificación de las mujeres

La cosificación es el acto de tratar a las mujeres como a un objeto en la medida que satisfaga los deseos de otra persona, por lo que sus habilidades, necesidades,

³³ Instituto Nacional Electoral, *Análisis con perspectiva de género de la cobertura de los medios durante el Proceso Electoral Federal 2014-2015 y los procesos electorales locales 2015-2016, 2014-2015 y los procesos electorales locales 2015-2016*. Consultable en <http://igualdad.ine.mx/foro-internacional-asimetrías-estereotipos/>

deseos y circunstancias individuales pasan a un segundo plano. La cosificación es generalmente sexual, y consiste en que el cuerpo de ellas se valúa en la medida que es deseable para los hombres, por lo que las partes de su cuerpo son sobresaltadas en medios de comunicación bajo el esquema de satisfacción sexual de los hombres.

Cosificar sexualmente a las personas las estigmatiza como seres incapaces de realizar funciones alternas como, por ejemplo, el ser políticas. A las mujeres se les estereotipa en el sentido de que la belleza debe ser una característica propia, ubicándolas en una situación de desventaja en los procesos electorales, ya que sus propuestas políticas y su carrera en la función pública son menospreciadas y consideradas irrelevantes, en la medida en que es su físico el que “debe” resaltar.

“Con su transformada esbelta figura, la líder de las minorías asegura que llega fortalecida a la campaña”.

El Sol de México, Doble Vía, 26 de enero de 2015, p.2

“De cabellera rojiza, la munícipe electa es soltera y vive sola...”

El Universal, Estados, 19 de julio de 2015, A20

“Una ley que castigue el adulterio con sanciones económicas para quien lo cometa, fue propuesta por una candidata-modelo-edecán.”

Excelsior, Nacional, 14 de mayo de 2015

Imagen 1³⁴



“Maria Eugenia Vidal, gobernadora de la provincia de Buenos Aires, Argentina, causó polémica en las redes sociales por el “corto” y “sexy” vestido que utilizó hoy en un evento junto al presidente del país, Mauricio Macri.”

Publimetro, 11 de junio de 2017

³⁴ Imagen tomada de: <https://www.google.com.mx/search?q=argentina%3A+el+corto+y+sexi+vestido+de+una+gobernadora+causa+pol%C3%A9mica&oq=argentina%3A+el+corto+y+sexi+vestido+de+una+gobernadora+causa+pol%C3%A9mica&aqs=chrome..69i57j69i58.16422j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

Imagen 2³⁵



Misoginia en las declaraciones

La misoginia implica conductas de desprecio y odio hacia las mujeres y se manifiesta en actos violentos contra ellas. Las conductas misóginas son producto de la condición de desigualdad que viven las mujeres.

Ayotzinapa les pegó a los guerrerenses en lo más profundo, tan profundo que las y los guerrerenses tuvieron que cambiar y permitir que haya una mujer como candidata”.

El Universal, 17 de abril de 2015

b) Estereotipos de género en los promocionales de los partidos políticos

Los promocionales de los partidos políticos reproducen estereotipos de género,³⁶ pues las mujeres que aparecen en ellos realizan actividades “propias” del género femenino, es decir, labores de cuidado, jardinería y labores domésticas como cocinar o ir al mercado, así como priorizando el papel de madre sobre cualquier otro aspecto de su vida; mientras que los hombres aparecen como médicos, funcionarios públicos, ganaderos y profesores. Lo anterior refuerza la imagen de que las mujeres pertenecen al espacio privado y los hombres al espacio público, poniendo en desventaja a las mujeres que contienden por un puesto de elección popular.

Declaraciones misóginas de candidatas durante procesos electorales

Durante los procesos electorales también los candidatos hacen declaraciones que discriminan a las mujeres y, además, están cargadas de misoginia. A continuación, algunos ejemplos.³⁷

³⁵ Imagen tomada de: <http://www.bbc.com/news/uk-39416554>

³⁶ Instituto Nacional Electoral, Violencia política contra las mujeres y tratamiento de igualdad de género en los spots para los procesos electorales locales 2015-2016, Consultable en <http://igualdad.ine.mx/foro-internacional-asimetrias-estereotipos/>

³⁷ Los ejemplos expuestos en este apartado, fueron tomados del documento Participación política de las mujeres: Violencia política y misoginia en las campañas 2016. Observatorio de Medios de Comunicación e Información de la Mujer, A.C. (CIMAC), México, 2016, págs. 61-64. Agradecemos a CIMAC el permiso para su utilización.

“Todas las leyes tienen lagunas y, como se dice desgraciadamente, las leyes como las mujeres se hicieron para violarlas (sic)”.

Ex diputado local de Chiapas, el 24 de marzo de 2014, durante programa radiofónico en Hermosillo, Sonora

“Las niñas del PRI son guapas, pero se verían mejor sin Chon (sic)”.

Hijo de candidata a la gubernatura de Michoacán, el 14 de mayo de 2015, comentario escrito en su red social

“¡Hay señora! No me chingue, mire nomás cómo viene vestida su hija, como una prostituta. ¿Y así no quieren que la jalen en la calle? Si traemos más patrullas, hasta los policías las van a jalar”.

Candidato al distrito XII de Puebla, en pleno acto de campaña en la Margarita, una de las zonas habitacionales más pobladas de la capital, en respuesta a una señora que le pedía más patrullas en la comunidad pues a su hija seguido la molestaban.

“Ustedes son lo mejor que nos ha pasado, están re buenas todas para cuidar niños, atender la casa, para cuando llega uno ¡a ver mijito (póngase) las pantuflitas!; no, no, ustedes de veras que son el pilar de la familia, y ustedes perfectamente lo saben, muchas felicidades”.

Gobernador de Baja California, el 10 de marzo de 2015, durante una reunión con mujeres en la colonia Obrera de Tijuana.

“Las encuestas son como las mujeres, las encuestas son como la tierra. ¿De quién es la tierra? Del que la trabaja. ¿De quiénes son las mujeres? De sus maridos, bueno, al menos la mía sí. ¿Y quién la trabaja? Pues uno, ¿no?”

Candidato a la gubernatura de Guerrero, el 17 de mayo de 2015, durante un acto de campaña.

“Las mujeres, como las escopetas, cargada y en el rincón”; “La pancha en las coyotas ¡no en el palacio!”

Imagen ³⁸



Excélsior, 30 de abril de 2015 en Sonora

³⁸ Los ejemplos expuestos en este apartado, fueron tomados del documento Participación política de las mujeres: Violencia política y misoginia en las campañas 2016. Observatorio de Medios de Comunicación e Información de la Mujer, A.C. (CIMAC), México, 2016, págs. 61-64. Agradecemos a CIMAC el permiso para su utilización.

III. ¿Cómo lograr una presencia igualitaria y sin discriminación durante los procesos electorales en los medios de comunicación?

Para lograr una cobertura sin discriminación, es decir, libre de estereotipos de género, que abone a una sociedad más incluyente, se considera que hay, al menos, dos herramientas útiles: la perspectiva de género y del lenguaje incluyente.

El primer paso para utilizar ambas herramientas consiste en abandonar la idea de que la igualdad y el género son cuestiones solo de mujeres o temas “nicho” aptos para personas muy especializadas, y por lo tanto no relacionados con la tarea sustancial de los medios de comunicación o con la labor primordial de los partidos políticos.³⁹

El segundo consiste en asimilar que el lenguaje que invisibiliza a ciertos grupos sociales y conduce a situaciones de discriminación y exclusión, por lo que utilizar lenguaje incluyente, es decir, que visibilice a todos los grupos sociales, es una estrategia efectiva para lograr una democracia inclusiva.

a) ¿Qué es y cómo se usa la perspectiva de género?

Las personas que trabajan en los medios de comunicación, así como las áreas encargadas de hacer los promocionales de los partidos políticos, deben considerar a la perspectiva de género como una herramienta fundamental con la que se pueden producir contenidos mediáticos más cercanos a la realidad y, además, permite una cobertura incluyente y equilibrada durante los procesos electorales.

Para comprender la perspectiva de género, vale la pena retomar la diferencia entre sexo y género. El sexo de las personas es un fenómeno biológico sobre el que las sociedades construyen, a partir de categorías y otros elementos simbólicos, es decir, culturales, cierta interpretación,⁴⁰ dando lugar al género, que atiende a lo que conocemos como lo femenino y masculino, pero no como realidades naturales, sino como

³⁹ Para esta conclusión ver resultados del estudio: Ed. Macharia Sarah y Moriniere Pamela, Herramientas de aprendizaje para un periodismo de género-ético y políticas en las empresas editoriales, Libro 1: Temas conceptuales, Asociación Mundial de Comunicación Cristiana (WACC) y la Federación Internacional de Periodistas (FIP), 2012, pág. 10 y 24-44.

⁴⁰ Rubin Gayle, El tráfico de mujeres: notas sobre la “economía política” del sexo, *op. cit.*, pp. 97, 114-116.

construcciones culturales.⁴¹ En ese sentido, el género es un instrumento de análisis para explicar y describir las relaciones sociales de poder entre hombres y mujeres.⁴²

Cuadro 1

SEXO	
Mujer	Hombre
GÉNERO	
Femenino	Masculino
Interés sexual por los hombres	Interés sexual por las mujeres
Casada, fiel	Casado [naturalmente infiel]
Ama de casa	Trabajador fuera del hogar, proveedor
Sensible, bonita, con interés en temas superficiales	Fuerte, inteligente, con tendencia al pensamiento abstracto
Se desarrolla en el ámbito privado	Se desarrolla en el ámbito público

Tomado del Protocolo Para Juzgar con Perspectiva de Género de la Suprema Corte de Justicia de la Nación.⁴³

La perspectiva de género también es un compromiso con la igualdad y la democracia, y es un método de investigación periodística que permite apartarse de los estereotipos de género que menguan las características de las personas sobre las que trata una nota periodística, columna, opinión o un promocional, y que, cuando son reproducidos a través de los medios de comunicación, construyen una idea sesgada en la sociedad sobre quiénes son las personas que participan en los procesos electorales.

Lo pertinente es que quien elabora una nota, investigación, video, promocional electoral o hace alguna declaración, reflexione sobre cuáles y qué tipo de estereotipos está reproduciendo, y si estos podrían estar violando los derechos de alguna persona, es decir, si con ello se discrimina.

La aspiración es contar con contenidos periodísticos sobre los procesos electorales y promocionales de partidos políticos, llenos de contenido sustantivo y propuestas políticas, y no de denostaciones por sexo, género u orientación sexual.

A continuación, un ejemplo:

⁴¹ Serret Estela, ¿Qué es y para qué es la perspectiva de género? Libro de texto para la asignatura: perspectiva de género en educación superior. México: Instituto de la Mujer Oaxaqueña Ediciones, 2008, p. 51.

⁴² *Ibid.*

⁴³ Protocolo para juzgar con perspectiva de género, *op. cit.*, p. 63.

Cuadro 2

Sin perspectiva de género

La esposa de Manuel Zelaya aspira a la presidencia en Honduras

Publicado: 12 Feb 2012 12:23 GMT

La esposa del ex presidente de Honduras Manuel Zelaya, Xiomara Castro, lanzó su precandidatura para las elecciones generales de 2013. Se presentará por el partido Libertad y Refundación (Libre), surgido del Frente Nacional de Resistencia Popular (FNRP), fundado por su marido.



La esposa de Manuel Zelaya aspira a la presidencia en Honduras.

APF

La esposa del ex presidente de Honduras Manuel Zelaya, Xiomara Castro, lanzó su precandidatura para las elecciones generales de 2013. Se presentará por el partido Libertad y Refundación (Libre), surgido del Frente Nacional de Resistencia Popular (FNRP), fundado por su marido.

Según la constitución hondureña, el propio Zelaya ya no puede volver a ser mandatario, pero su mujer sí que tiene derecho a presentarse para a la presidencia de este país.

Nota e imagen publicadas en RT Sepa más el 2 feb 2012, ubicada en <https://actualidad.rt.com/actualidad/view/39092-La-esposa-de-Manuel-Zelaya-aspira-a-presidencia-en-Honduras>

Con perspectiva de género

Xiomara Castro aspira a la presidencia de Honduras

Publicado: 12 Feb 2012 12:23 GMT

Xiomara Castro lanzó su precandidatura para las elecciones generales de 2013. Se presentará por el partido Libertad y Refundación (Libre), surgido del Frente Nacional de Resistencia Popular (FNRP).



El partido Libre aún no ha sido reconocido como agrupación legalmente inscrita en el Tribunal Supremo Electoral (TSE), pero ese proceso está en trámite y en los próximos días el mismo órgano electoral del país se pronunciará al respecto.

Las personas tienen derecho a la identidad y a un nombre, de ahí la importancia de ser nombradas. Igualmente tienen derecho a participar en procesos electorales independientemente de su estado civil.

El centro del hecho periodístico es la pre candidatura de Xiomara Castro, por lo tanto ella debe ser la protagonista no su relación conyugal.

Como se ve en la imagen de la izquierda, aún y cuando la persona protagonista de la nota debería ser Xiomara Castro, a quien se nombra es a su esposo, el ex Presidente Manuel Zelaya. Además, en la parte inferior se señala que el esposo no puede volver a ser presidente, como si ello fuera una justificación por la cual ella se está lanzando como candidata. En la imagen de la derecha se propone eliminar el estereotipo de la nota, que en este caso sería la dependencia de las mujeres de sus parejas sentimentales. Las mujeres son personas autónomas. En la parte inferior, se modifica por la misma razón.

Elaboración propia.

a. 1 La regla de inversión

Un ejercicio útil para identificar si se está incurriendo o no en estereotipos de género es invertir los roles o cambiar el género de la persona de la que se habla, es decir, cuando se hagan afirmaciones sobre una mujer, imaginar que se está hablando de un hombre para identificar si en efecto es un estereotipo de género el que lleva a hacer tal afirmación. A continuación, un ejemplo:

Cuadro 3

Mujer	Hombre
La gobernadora, la más sexi de todo el país, ha conservado su cuerpo a pesar de ser madre de 3 hijos.	El gobernador, el más sexi de todo el país, ha conservado su cuerpo a pesar de ser padre de 3 hijos.
Revisión	
Entonces, la pregunta que se debe hacer es:	Si la respuesta a la primera pregunta es no, entonces es un indicio de que el contenido está estereotipado.
¿Se haría el mismo comentario sobre un hombre? ¿Cómo sonaría?	En cuanto a la segunda, si la respuesta es extraña o poco usual (y hasta chusca) es otro indicio de que el contenido está estereotipado.

Elaboración propia.

Por otra parte, durante los procesos electorales es muy común que se hagan entrevistas a las personas que contienden para los diferentes puestos de elección popular. En ese sentido, las entrevistas pueden abonar a una cobertura igualitaria o, por el contrario, generar desigualdad. A continuación, algunos ejemplos de preguntas estereotipadas.

Cuadro 4

Preguntas estereotipadas	¿Por qué son estereotipadas?
<p><i>¿Podrá combinar las labores de madre y esposa con las del cargo al que aspira?</i></p> <p><i>¿Cómo hará para lograrlo?</i></p>	<p>Esta pregunta está cargada de estereotipos porque asume que una mujer que ingresa al mundo político debe continuar con su rol de madre y esposa al 100%. Presupone que ella tendrá un conflicto porque forzosamente debe “combinar” ambos mundos. Aquí la regla de inversión es muy útil, ya que se da por hecho que el trabajo de madre es su responsabilidad y que su rol está en el espacio privado por lo que salir del mismo será costoso.</p>
<p><i>¿Qué piensa su familia respecto a su candidatura?</i></p>	<p>Preguntar lo que piensan otras personas sobre la carrera profesional reproduce la idea de que las mujeres deben actuar de acuerdo con la aprobación o no de otras personas, no muestra a las mujeres desde su autonomía. Que otras personas piensan, y no de forma autónoma, siempre pidiendo permiso y reproduciendo el estereotipo de que son débiles y necesitan el apoyo familiar.</p>
<p><i>¿Su esposo la apoya en esta cruzada?</i></p>	<p>En el mismo sentido que la pregunta anterior, solamente que en este caso se hace referencia al esposo lo que reproduce el estereotipo de que debe existir aprobación de la pareja para actuar, es decir, que el consentimiento marital es vital. Además, no es común que aun hombre se le pregunte si su esposa lo apoyaría. Se asume que así sería.</p>
<p><i>¿Quién va a atender a sus hijos en caso de que gane?</i></p>	<p>Esta pregunta parte de la premisa de que la responsabilidad del cuidado es solo de las mujeres.</p>
<p><i>¿Cree que el país esté preparado para tener una mujer presidenta?</i></p>	<p>La pregunta asume que México es un país machista, por lo que las mujeres que deseen buscar la presidencia de la República deben esperar a que la sociedad deje de serlo, para poder ejercer su derecho electoral al voto pasivo.</p>

Este tipo de preguntas mantiene la imagen de las mujeres en el mundo privado, lo cual no coincide con su aspiración política. Ellas serán servidoras públicas, por lo que lo relevante debe ser cuáles son sus propuestas, su visión de país y del mundo, así como cuál es su trayectoria profesional.

a. 2 Lista de verificación para una cobertura periodística de procesos electorales y promocionales de partidos políticos sin estereotipos de género

Con base en lo expuesto, se propone que quien suscriba una nota periodística, haga una entrevista, columna o investigación en relación con los procesos electorales, se haga las siguientes preguntas con el objeto de identificar los estereotipos que podrían generar discriminación contra las candidatas.

- ¿La historia está centrada en la vida personal, en el físico o en la vestimenta de la candidata?*
- ¿Estoy haciendo referencia a la trayectoria política de la candidata?*
- ¿Se aborda su relación con su pareja, su ex pareja o su estatus marital?*
- ¿Se asume que su participación o incursión en la esfera pública le costará más trabajo que a un hombre?*
- ¿Se posiciona a las mujeres como víctimas sin que exista un hecho victimizante concreto?*
- ¿Se habla sobre la sexualidad o vida sexual de la candidata?*
- ¿Se proyecta que el rol de las mujeres está en el cuidado de otras personas y en labores domésticas?*
- ¿Se descalifica a las personas por formar parte de la comunidad LGTBTTIQ con base en prejuicios sobre dicho colectivo?*
- Si la persona es indígena, ¿se asume que tiene menos conocimiento en algún tema, por dicha condición?*
- Si se presenta a una persona con discapacidad, ¿se le muestra como una persona necesitada de caridad?*
- ¿Se presenta a las mujeres como objetos sexuales a través de la sobre-exposición de su cuerpo?*
- ¿Se muestra a las mujeres en funciones “secundarias” o “menos importantes” que a los hombres? (como enfermeras vs doctores, maestras vs directores)*
- ¿Se diría lo mismo o se harían las mismas preguntas si se tratase de un hombre?*

b) ¿Qué es y cómo se usa el lenguaje incluyente?⁴⁴

La expresión en el lenguaje se determina por el bagaje cultural y social que hemos heredado generación tras generación. Sin embargo, hay que tener presente que no se trata de algo estático ni monolítico, al contrario, el lenguaje es un elemento evolutivo, donde se van añadiendo o suprimiendo conceptos o donde el significado de estos también varía. Algunos quedan como un recuerdo, otros caen en desuso, otros sencillamente desaparecen y otros nuevos surgen.

El lenguaje puede favorecer la perpetuación de las relaciones de poder entre grupos sociales, o bien, puede convertirse en un agente de cambio que contribuya a una sociedad más igualitaria. En ese sentido, el lenguaje incluyente en los contenidos que se muestran en los medios de comunicación, ya sea a través de reportajes, columnas de opinión o promocionales, es una herramienta que permite lograr una cobertura igualitaria de los procesos electorales.⁴⁵

El lenguaje incluyente es aquel que refleja la pluralidad de la sociedad en la que vivimos, aquel que no excluye a ningún grupo social de la narrativa por no considerarlo relevante, o bien, por creer que con enunciar a un grupo –como lo son los hombres- se nombra e incluye al resto de las personas.

El lenguaje excluyente es discriminatorio cuando invisibiliza a ciertos grupos sociales. Por ejemplo, el derecho laboral, en el que históricamente se ha hablado de “los derechos de los trabajadores”, invisibiliza a las trabajadoras y, con ello, sus derechos laborales particulares, como los relacionados con la maternidad. El mismo Convenio 189 de la Organización Internacional del Trabajo habla de “trabajadores domésticos”, cuando en México, por ejemplo, la mayoría de las trabajadoras del hogar son muje-

⁴⁴ Si bien se reconoce que existe un debate en torno al lenguaje incluyente, basado principalmente en que algunas de las sugerencias que dicha herramienta propone violan reglas de gramática y semántica, se considera que éstas pueden quedar superadas si se utiliza de forma correcta, además de que se trata de contribuir con ella a un fin no menor, sino al contrario, de gran envergadura, como lo es el derecho a la igualdad y no discriminación a través del lenguaje.

Al respecto se pueden ver, por ejemplo, las opiniones que expone Javier Marías, académico de número de la Real Academia Española, en su libro “Lección pasada de moda” en los apartados “No esperen por las mujeres” (37-38), “El habla intransferible” (117-119) y “Cursilerías lingüísticas” (120-122). Marías Javier, *Lección pasada de moda, Letras de lengua*, primera edición, Ed. Galaxia Gutenberg, Barcelona, 2012.

⁴⁵ Porras Lyvia y Molina Silvina, *Manual de Género para Periodistas, Recomendaciones básicas para el ejercicio del periodismo con enfoque de género*, Organización de las Naciones Unidas, Área para el Desarrollo en América Latina y El Caribe, págs. 50-51, consultado el 12 de julio de 2017 en http://www.americalinagenera.org/es/documentos/Folleto_ManualdeGenero.pdf

res.⁴⁶

Cuadro 5⁴⁷

El lenguaje excluye cuando	
Comentario	Ejemplo
Se invisibiliza a otros grupos sociales	“Los derechos del hombre y del ciudadano”
Se utilizan palabras que ofenden o denigran	“Ni cruzarte la calle sabes, pareces indio, niño o retrasado mental”
Se construyen oraciones en donde se da más valor a un grupo social que a otro	“No es lo mismo un hijo, que una hija”
Se utilizan estereotipos	“Todas las mujeres son chismosas”
Se reproducen estigmas sobre ciertos grupos	“Los sidosos son homosexuales”

Durante siglos ha sido común en el español el uso del masculino como genérico universal, pero es evidente que no todas las personas clasifican dentro de ese género y que se trate de una práctica generalizada no significa que sea correcta. En una sociedad que se dice democrática, el lenguaje debe visibilizar a toda la población y debe estar libre de estereotipos.

A continuación, se presentan algunas alternativas contenidas en la Guía para el uso de un lenguaje ciudadano e incluyente para el Instituto Nacional Electoral.⁴⁸

Cuadro 6⁴⁹

Usar el femenino cuando se trata de mujeres

Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino
Ciudadano	Ciudadana	Médico	Médica	Astrónomo	Astrónoma
Usuario	Usuaría	Doctor	Doctora	Enfermero	Enfermera
Funcionario	Funcionaria	Patrón	Patrona	Ingeniero	Ingeniera
Consejero	Consejera	Licenciado	Licenciada	Arquitecto	Arquitecta
Presidente	Presidenta	Ministro	Ministra	Juez	Jueza
Soberano	Soberana	Abogado	Abogada		

⁴⁶ Artículo 1, letra b): la expresión trabajador doméstico designa a toda persona, de género femenino o género masculino, que realiza un trabajo doméstico en el marco de una relación de trabajo. Ver Organización Internacional del Trabajo, Convenio sobre el trabajo decente para las trabajadoras y los trabajadores domésticos (189). Consultado el 11 de julio de 2017 en http://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=1000:12100:0::NO::P12100_INSTRUMENT_ID:2551460

⁴⁷ Guía para el uso de un lenguaje ciudadano e incluyente para el Instituto Nacional Electoral, página 25. Disponible en <http://igualdad.ine.mx/biblioteca/LenguajeIncluyente/referencias.html>

⁴⁸ *Ibid.*, pp. 27-38.

⁴⁹ De hecho, todas las profesiones pueden usarse en femenino.

Cuadro 7⁵⁰
Usar sustantivo sin género

Masculino	Femenino	Masculino	Femenino
El estudiante	La estudiante	El congresista	La congresista
El cineasta	La cineasta	El derechohabiente	La derechohabiente
El artista	La artista	El ponente	La ponente
El joven	La joven	El periodista	La periodista
El profesional	La profesional	El titular	La titular

Cuadro 8
Evitar el masculino genérico

Incorrecto	Correcto
El que acepte la propuesta, deberá firmarla.	Quien acepte la propuesta, deberá firmarla.
El que suscribe.	Quien suscribe.
Aquellos que asistieron a la capacitación.	Quienes asistieron a la capacitación.
Todos deben firmar la convocatoria.	Es necesario firmar la convocatoria.
Los representantes deberán portar gafete.	Cada representante deberá portar gafete.
Cuando uno vote.	Cuando cualquiera vote.
Siempre trabaja con los otros.	Siempre trabaja con otras personas.

Cuadro 9
Omitir el sujeto

Con sujeto	Sin
Lugar en que fue registrado	Lugar en que se registró
Cuando el ciudadano solicite la información	Cuando se solicite la información
Nosotros queremos un México incluyente	Queremos un México incluyente
El ciudadano debe llenar el formato	Deberá llenar el formato
El juez decidirá	Se decidirá legalmente
Es imprescindible que los interesados acudan personalmente	Es imprescindible acudir personalmente
Los habitantes siempre participan en las votaciones	Siempre hay participación en las votaciones

⁵⁰ De hecho, en el caso de que se hable de hombres y mujeres, primero se usa el sustantivo femenino y luego el masculino por orden alfabético, es decir, "candidatas y candidatos" o "gobernadoras y gobernadores".

Cuadro 10
Uso de genéricos reales

Masculino	Générico	Masculino	Générico
Los Directores Estatales	Las Direcciones Estatales	Los niños	La infancia / la niñez
Los jefes	Las Jefaturas	Los hijos	La descendencia
Los coordinadores	El equipo coordinador La coordinación	Los trabajadores	El personal
Los Gerentes	La Gerencia El Grupo Gerencial	Los votantes	El electorado
Los miembros	La membresía	Los jóvenes	La juventud
Los políticos	La clase política	Los profesores	El profesorado

Cuadro 11
Uso correcto de plurales

Masculino	Générico	Masculino	Générico
Todos los funcionarios del INE	Todo el personal del INE El funcionariado del INE	El hombre o los hombres	La humanidad La población Las personas La gente La especie humana Mujeres y hombres / Hombres y mujeres
Los trabajadores del INE	Las personas que trabajan en el INE		Los vecinos
Los estudiantes	El estudiantado La población estudiantil	Los usuarios	Las personas usuarias
Los empresarios	El sector empresarial	Los ciudadanos	La ciudadanía
Los gestores	Las personas encargadas de las gestiones	Los diputados	El congreso
Los mexicanos	La población mexicana La población del país		
Los derechos del hombre	Los derechos humanos Los derechos de la humanidad Los derechos de las personas		

Cuadro 12
Sustantivos neutrales relacionados con la materia electoral

Excluyente si se quiere referir también a mujeres	Neutro	Mujeres
Gobernador/es	Gubernatura/s	Gobernadora/s
Diputado/s	Diputaciones	Diputada/s
Senador/es	Senaduría/s o Senado	Senadora/s
Presidente/s	Presidencia/s	Presidenta/s
Regidor/es	Regiduría/s	Regidora/s
Síndico/s	Sindicatura/s	Síndica/s
Candidato/s	Candidatura/s	Candidata/s

b. 1 Caso Puebla

El 23 de mayo de 2016, la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación ordenó al Instituto Electoral de Puebla la utilización del lenguaje incluyente en la propaganda para la promoción del voto de la ciudadanía.⁵¹

Lo anterior, ya que el Consejo General del Instituto Electoral de Puebla había ordenado la difusión de propaganda para la promoción del voto en la elección para la gubernatura, empleando solo la palabra “Gobernador”, y no gobernadora, a pesar de que había tres mujeres conteniendo por dicho puesto.

En ese sentido, la propaganda fue impugnada, y el máximo órgano jurisdiccional electoral ordenó su remoción inmediata (doce espectaculares, cuatro pantallas led y la contenida en el sitio web del Instituto Local Electoral) y debía ser sustituida por otra que utilizara lenguaje incluyente, con lo que se respetaría el derecho a la igualdad.

En la sentencia se reconoció que una vía para garantizar el principio de igualdad entre mujeres y hombres es a través de la utilización del uso de un lenguaje incluyente para dirigirse a la ciudadanía en general.

⁵¹ Ver sentencia identificada con la clave SUP-JDC-1619/2016 y acumuladas.

IV. ¿Cómo contribuimos a la igualdad y a la democracia?

Solo los sistemas democráticos pueden brindar que cada ciudadano y ciudadana tenga un papel igual y significativo,⁵² lo que es coherente con la afirmación de que las elecciones tienen una función igualadora en la medida que cada voto tiene igual valor. No obstante, desde la perspectiva de quienes contienden por el poder, es decir, de las candidatas y los candidatos, no siempre compiten en condiciones de igualdad.

Por ello, las autoridades mexicanas han reformado una y otra vez los marcos jurídicos que reglamentan los procesos electorales, buscando brindar la mayor equidad posible en el camino político que culmina el día de la Jornada Electoral.

Esta Guía hace propuestas concretas para erradicar los estereotipos y la discriminación en medios de comunicación durante los procesos electorales, a través de la utilización de la perspectiva de género y el lenguaje incluyente.

Asimismo, exhorta a quienes ejercen el periodismo, a los partidos políticos y a las instituciones electorales a avanzar hacia procesos electorales competidos y ricos en contenido, propiciando la riqueza de la pluralidad y de la igualdad en la diferencia.

Poner en la agenda pública estos debates y estas herramientas para los medios de comunicación, los partidos políticos y las instituciones electorales constituye un paso más hacia el logro de una democracia sustantiva y paritaria.

⁵² Dworkin Ronald, Justicia para erizos, trad. Pons Horacio, Fondo de la Cultura Económica, México, 1ra. Ed. Español 2014, p. 460.

Bibliografía

Libros

1. Cook, Rebecca J. and Cusack, Simone, *Gender Stereotyping: Transnational Legal Perspectives*, University of Pennsylvania Press, 2009.
2. Córdova, Lorenzo y Salazar, Pedro (coords.), *Estudios sobre la reforma electoral 2007, Hacia un nuevo modelo*, Ciudad de México, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, 2008.
3. Corporación Latinobarómetro, *El declive de la democracia-Latinobarómetro 2016*, Chile, 2016.
4. Dworkin, Ronald, *Justicia para erizos*, trad. Horacio Pons, México, Fondo de Cultura Económica, 2014.
5. Ferrajoli, Luigi, *Derechos y garantías, La ley del más débil*, Madrid, Trotta, 1999.
6. Garza, Luisa, *Violencias de género y participación política electoral de las personas trans* en México desde 1990 dentro del sistema electoral mexicano, Tesis para optar por el grado de Maestría en Procesos e Instituciones Electorales*, Oaxaca, 2017.
7. Llanos, Beatriz, *Ojos que (aún) no ven, Nuevo reporte de ocho países: género, campañas electorales y medios en América Latina*, Perú, ONU Mujeres, IDEA Internacional, 2012.
8. Marías, Javier, *Lección pasada de moda, Letras de lengua*, primera edición, Barcelona, Galaxia Gutenberg, 2012.
9. Serret, Estela, *¿Qué es y para qué es la perspectiva de género? Libro de texto para la asignatura: perspectiva de género en educación superior*, México, Instituto de la Mujer Oaxaqueña Ediciones, 2008.

Artículos

1. Comunicación e información de la Mujer (CIMAC), *Participación política de las mujeres: Violencia política y misoginia en las campañas 2016. Observatorio de Medios de Comunicación e Información de la Mujer*, México, 2016.
2. Echeverría, Rebelín, *Estereotipos y Discriminación hacia las personas indígenas mayas: su expresión en las narraciones de jóvenes en Mérida*, *Aposta Revista de Ciencias Sociales*, Yucatán, Número 71, 2016.

3. Instituto Nacional Electoral, *Análisis con perspectiva de género de la cobertura de los medios durante el Proceso Electoral Federal 2014-2015 y los procesos electorales locales 2015-2016, 2014-2015 y los procesos electorales locales 2015-2016*. Consultable en <http://igualdad.ine.mx/foro-internacional-asimetrías-estereotipos/>
4. Instituto Nacional Electoral, *Distribución de los tiempos del Estado en radio y televisión para las candidaturas de mujeres y hombres. Procesos Electorales Locales 2015-2016, 2017*. Consultable en <http://igualdad.ine.mx/foro-internacional-asimetrías-estereotipos/>
5. Instituto Nacional Electoral, *Informe sobre las variables de género del monitoreo de programas de radio y televisión*, Consultable en <http://igualdad.ine.mx/foro-internacional-asimetrías-estereotipos/>
6. Instituto Nacional Electoral, *Violencia política contra las mujeres y tratamiento de igualdad de género en los spots para los procesos electorales locales 2015-2016, 2017*. Consultable en <http://igualdad.ine.mx/foro-internacional-asimetrías-estereotipos/>
7. Macharia, Sarah y Moriniere, Pamela, *Herramientas de aprendizaje para un periodismo de género-ético y políticas en las empresas editoriales, Libro 1: Temas conceptuales*, Asociación Mundial de Comunicación Cristiana (WACC) y la Federación Internacional de Periodistas (FIP), 2012.
8. Marañón, Felipe y Muñiz, Carlos, *Estereotipos mediáticos de los indígenas. Análisis de las representaciones en programas de ficción y entretenimiento de televisoras en Nuevo León, Razón y Palabra*, Número 80, 2012.
9. Rubin, Gayle, *El tráfico de mujeres: notas sobre la "economía política" del sexo*, *Revista Nueva Antropología*, México, noviembre, año/vol. VIII, número 030, Universidad Nacional Autónoma de México. 1986.

Documentos legales

Nacionales

1. Acuerdo del Consejo General del Instituto Nacional Electoral por el que aprueba la política de igualdad de género y no discriminación del Instituto Nacional Electoral y las líneas estratégicas de la Unidad Técnica de Igualdad de Género y no Discriminación 2016-2023, identificado con el número INE/CG36/2016, aprobado el 27 de enero de 2016.

2. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
3. Decreto mediante el cual se reforma el primer párrafo del artículo 6, se reforman y adicionan los artículos 41 y 99; se reforma el párrafo primero del artículo 85, se reforma el párrafo primero del artículo 108; se reforma y adiciona la fracción IV del artículo 116; se reforma el inciso f) de la fracción V de la base primera del artículo 122; se adicionan tres párrafos finales al artículo 97, todos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 13 de noviembre de 2007.
4. Sentencia del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación identificada con la clave SUP-REP-122/2016.
5. Sentencia del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación identificada con la clave SRE-PSC-99/2016 y acumuladas.
6. Sentencia del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación identificada con la clave SRE-PSC-68/2017.
7. Sentencia del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación identificada con la clave SUP-JDC-1619/2016 y acumuladas.
8. Suprema Corte de Justicia de la Nación, Protocolo para juzgar con perspectiva de género, 2da Ed., México, 2015.

Internacionales

1. Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer, recomendación número 12, Recomendación General 23, Vida política y pública, 16º período de sesiones, 1997.
2. Corte Interamericana de Derechos Humanos, Condición Jurídica y Derechos de los Migrantes Indocumentados, Opinión Consultiva OC-18/03 solicitada por los Estados Unidos Mexicanos, 17 de septiembre de 2003.
3. Corte Interamericana de Derechos Humanos, Caso González y otras (“Campo Algodonero”), Excepción preliminar, fondo, reparaciones y costas, 16 de septiembre de 2009.
4. Organización Internacional del Trabajo, Convenio sobre el trabajo decente para las trabajadoras y los trabajadores domésticos (189). Consultable en: http://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=1000:12100:0::NO::P12100_INSTRUMENT_ID:2551460
5. The International Reproductive and Sexual Health Law Programme Uni-

versity of Toronto Faculty of Law y El Centro por la Justicia y el Derecho Internacional, *Aplicación ante la Corte Interamericana de Derechos Humanos, Campo Algodonero: Claudia Ivette González, Esmeralda Herrera Monreal y Laura Berenice Ramos Monárrez, en contra de los Estados Unidos Mexicanos*, 3 de diciembre de 2008.

Notas

1. Manual para el uso de un lenguaje ciudadano e incluyente para el Instituto Nacional Electoral, Consultable en: <http://igualdad.ine.mx/biblioteca/LenguajeIncluyente/referencias.html>
2. Porras, Lyvia y Molina, Silvina, *Manual de Género para Periodistas, Recomendaciones básicas para el ejercicio del periodismo con enfoque de género*, Organización de las Naciones Unidas, Área para el Desarrollo en América Latina y el Caribe. Consultable en http://www.americalatinagenera.org/es/documentos/Folleto_GuíadeGenero.pdf

