

# Estereotipos negativos basados en el género y la libertad de expresión en el marco del proceso electoral

SUP-REP-87/2018

1. Esta decisión se destaca por haber tratado el tema, aunque muy importante poco abordado ampliamente por la jurisprudencia, sobre el uso de estereotipos negativos, basados en el género, de forma que implica una forma de violencia contra la mujer.

Para entender la razón que fundamenta la decisión de la Sala Superior es necesario reconstruir las circunstancias a partir de las cuales se originó el caso.

El PRI promovió queja en contra del PT por uso indebido de la pauta, con motivo la inminente difusión del promocional “PT APLANADORA” en radio y televisión, al considerar que no se ajusta a los parámetros de la propaganda en época de inter campaña, y genera una apología de violencia contra las mujeres. El denunciante solicitó el dictado de medidas cautelares para impedir la transmisión de los spots. La Comisión de quejas, negó el dictado de las medidas cautelares respecto de los promocionales denunciados. La Sala Superior confirmó el dictado sobre la medida cautelar al considerar que no había apología de violencia contra las mujeres.

Por el contrario, la Sala Especializada consideró la existencia de la infracción porque:

*«El contenido del promocional denunciado tiene el efecto de reproducir y normalizar un estereotipo negativo basado en género, correspondiente a la asimetría de poder de supra a subordinación entre hombres y mujeres.*

*- La mujer, quien encarna el rol de la ciudadanía, se representa de forma débil e indefensa; en cambio, la aplanadora, que simboliza la “mafia del poder”, es dirigida por un hombre.*

*- Las relaciones de poder entre la sociedad y el gobierno no pueden ilustrarse a través de una mujer maniatada y un hombre en control de una aplanadora que se dirige a ella, pues tal circunstancia constituye una acción que reproduce un estereotipo de género basado en la idea velada de que las mujeres son débiles e indefensas y los hombres son fuertes y en control de las relaciones de convivencia social, pues tal situación contribuye a reforzar, en la sociedad, el paradigma de subordinación de las mujeres frente a los hombres».*

Por ello, la Sala Especializada sancionó al PT con una multa de 6,000 UMAS y después, el 17 de abril, el PT interpuso el recurso de revisión contra la sentencia impugnada.

Por lo tanto, la cuestión a resolver fue *«si resultó apegado a Derecho la determinación de la Sala Especializada en la que consideró que el promocional normaliza la violencia en detrimento de las*

mujeres, lo cual reproduce un estereotipo negativo basado en género y, por tanto, se configura la infracción de uso indebido de la pauta» (véase “Preliminar: Materia de la controversia”).

La Sala Superior encuentra fundado el agravio y revoca la sentencia impugnada. Especialmente, esta Sala *«considera que, si bien, como lo consideró la Sala Especializada, la libertad de los partidos para definir el contenido de los promocionales está sujeta, a ciertos límites, **en el caso, a partir del análisis directo y contextual del promocional en cuestión**, no se advierte una expresión de violencia en razón de género, ni que regularice y menos que fomente un estereotipo discriminatorio en contra de las mujeres.*

*Por el contrario, este Tribunal considera que las imágenes, voces y descripción de dicho promocional, si bien tiene una fuerza y dramatismo trascendental, **lejos de victimizar a las mujeres, transmiten en conjunto una reivindicación de las personas para defender los valores de la sociedad para lograr un cambio en sus condiciones de vida**, en el contexto de una presentación y rechazo a las injusticias con motivo de la inseguridad, abusos, corrupción y aumento en los costos de la vida que el partido político presenta en el promocional como situaciones que viven hoy en día»* (véase “Apartado I. Decisión”).

Por ende, dicho spot *«puede traducirse en una invitación a “un cambio verdadero de tu vida (o voto a favor de una opción política)”, respecto de las injusticias que se ahí se mencionan»* y, al final, *«puede entenderse que quien participa en el promocional, representa a una sociedad poderosa, capaz de modificar dichas situaciones sociales»* (véase pár. 3 “Valoración de la Sala Superior”). (véase pár. 3).

Sin duda, la Sala Superior es consciente de los peligros inherentes a los estereotipos negativos basados en el género. Pero esta Sala, *«si bien, no se subestima que, en las primeras escenas, se presenta la mujer atada y en un contexto de posible afectación, se considera que el mensaje determinante del promocional, incluso en imagen, voz y texto, enfatiza la posibilidad no sólo de desatarse, sino de combatir las supuestas “malas” políticas públicas que alude el promocional.*

*En segundo término, [...] la protagonista se presenta como una persona capaz de detener la maquinaria que metafóricamente representa las injusticias sociales generadas por la implementación de políticas públicas “erróneas” o “malas” que se aluden en el promocional.*

*De manera que, contrariamente a considerar que la propaganda constituye una apología de los delitos en contra de las mujeres o de violentarlas, parece existir un llamado a detener la implementación de políticas públicas y hacer un cambio de vida de la sociedad.»* (véase pár. 3 “Valoración de la Sala Superior”).

2. La Sala Superior, por lo tanto, considera que en el presente caso el estereotipo negativo, aunque reproduce las injusticias sociales, tiene un valor positivo, porque el promocional, lejos de

victimizar a la mujer, emplea figuras metafóricas para ilustrar la situación actual, pero finalmente ofrece una propuesta política que cambie dicha situación.

Por supuesto, el TEPJF no subestima el peligro de usar estereotipos negativos, que surgen en las primeras escenas del promocional, incluso si entonces la Sala Superior enfatiza que «*considerar que hay una normalización y reproducción de los estereotipos de género es mirar parcialmente imágenes sin abordar un análisis integral del contenido*» (véase pár. 3 “Valoración de la Sala Superior”).

Sin lugar a duda, la propuesta política realmente quiere eliminar la situación de desigualdad en la cual históricamente se han encontrado las mujeres. Por esta razón, la Sala Superior enfatiza la importancia de implementar políticas públicas para un cambio de vida y la importancia de la posición de fortaleza que las mujeres pueden asumir gracias al ejercicio del derecho al voto.

Es cierto que las mujeres suelen ser consideradas un grupo minoritario. Obviamente «esta definición de minoría es a causa de la inferioridad del estatus, y no por su envergadura estadística» En otras palabras, los grupos minoritarios no son forzosamente aquellos que, debido al número de sus componentes, también son menores en número dentro de la sociedad, sino que se debe considerar como tales a aquellos que en una sociedad se encuentran en estado de “menor poder”, sea este poder económico, jurídico o político (véase R. Osborne (1996), *¿Son las mujeres una minoría?*, en Isegoria, Revista de Filosofía Moral y Política, 14, pág. 80, citado en P. Ruiz Vidales y C. Muñoz, *Estereotipación de la mujer en la publicidad política. Análisis de los estereotipos de género presentes en los spots electorales de la campaña 2015 en Nuevo León*, En *Comunicación y Sociedad*, núm. 29, mayo-agosto, 2017, pág. 77).

Si las mujeres se encuentran en estado de “menor poder”, la solución ofrecida por la Sala Superior es muy interesante cuando enfatiza la alternativa electoral. Las mujeres a través del derecho al voto pueden elegir los partidos que tienen programas políticos destinados a eliminar las injusticias sociales. Y ellas pueden tomar una posición de fuerza recompensando con su voto a los partidos que lucharán contra la “mafia del poder”.

Así, si el promocional emplea figuras metafóricas, como subraya la Sala Superior, «*el contenido corresponde a una dramatización para realizar una crítica hacia ciertas políticas públicas o temas de interés general, tales como el abuso del poder, la corrupción, la inseguridad, el alza de los precios de los energéticos y el costo de la vida en general, como cuestiones que, el recurrente opina, se resienten por la sociedad como aspectos aplastantes y con las que el emisor del mensaje no está de acuerdo.*

*De ahí que, no se advierte alguna expresión que, de manera expresa o implícita, pueda incitar o promocionar conductas que afecten a las mujeres por razón de género, por lo que en el caso atendiendo a la libre determinación de los partidos políticos para establecer el contenido de sus*

*promocionales, se debe privilegiar la libertad de expresión y la crítica política, sobre todo en el marco del proceso electoral en curso» (véase pár. 3 “Valoración de la Sala Superior”).*

3. Sin embargo, el uso de estereotipos negativos, por un lado, puede corresponder a una dramatización para realizar una crítica hacia ciertas políticas públicas o temas de interés general, por otro lado, puede reforzar los factores de discriminación y subordinación de las mujeres, «ayudando a aceptar como naturales unas condiciones de existencia intolerables» (véase el voto particular de la sentencia de la Sala Superior, que formulan la Magistrada Aralí Soto Fregoso y los Magistrados Fuentes Barrera y Vargas Valdez, pár. 2.1).

A este respecto, la “Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer” (CEDAW) se interpretó en el sentido de que la obligación de eliminar todas las formas de discriminación contra la mujer incluye la discriminación basada en estereotipos de género. El Comité de la CEDAW ha explicado en su Recomendación General No. 25 que la obligación de eliminar las formas perjudiciales de la estereotipación de género es una de las tres obligaciones generales y esenciales de los Estados Partes de eliminar todas las formas de discriminación contra la mujer, siendo las otras dos, eliminar la discriminación directa e indirecta y mejorar la situación de facto de la mujer en la sociedad (véase, Comité de la CEDAW, Recomendación General No. 25, párr. 6-7)

Rechazar el uso de estereotipos, incluso los utilizados para impulsar el cambio en las condiciones de vida de las mujeres puede ser útil para la tarea de desvirtuar los estereotipos de género y por tanto evitar su perpetuación.

En este punto, es significativo recordar, como ejemplo, lo que afirmó la Magistrada Ginsburg en el voto particular con relación a la sentencia dictada, en 2007, por la Corte Suprema de EE.UU., que se basó en un estereotipo de sexo sobre las mujeres como vulnerables y necesitadas de protección para justificar en parte la prohibición de un particular método de aborto tardío (véase EE.UU., Corte Suprema, *Gonzales c. Carhart*, 2007, United States Reports, Vol. 550, pág . 124).

El voto particular, escrito por la Magistrada Ginsburg, cuestionó el razonamiento de la mayoría, que «priva a las mujeres de su derecho a tomar decisiones autónomas, incluso a costa de su seguridad. Esta forma de pensar refleja antiguas nociones sobre el lugar de las mujeres en la familia y bajo la Constitución, las cuales hace ya tiempo han sido desvirtuadas». Y, por tanto, condenó el pensamiento estereotípico implícito y explícito en el razonamiento paternalista de la opinión mayoritaria, que se utilizó para negar a las mujeres su propia autonomía y capacidad de decisión.

Es significativo también lo que se subraya en el voto particular (pár. 2.1): «es de tener en cuenta la llamada violencia simbólica, que no debe entenderse como otro tipo de violencia como la física,

*psicológica o económica, sino como un continuo de actitudes, gestos, patrones de conductas y subordinación, tanto de género como de clase o raza; de forma que ese simbolismo es la base que sostiene el maltrato y lo perpetua, al estar presente en todas las formas de violencia y garantizar que sean efectivas».*

De acuerdo con la obra "Language and Symbolic Power", escrita por Pierre Bourdieu, el voto particular destaca que *«la violencia simbólica conforma el trabajo previo que asegura la adquisición de hábitos de dominación y sumisión de un determinado colectivo, ayudando a aceptar como naturales unas condiciones de existencia intolerables, que por ser acordes a la ideología dominante se presentan disfrazadas de sentido común. Así, la violencia simbólica arranca sumisiones que ni siquiera se perciben como tales, apoyándose en unas "expectativas colectivas" o en unas creencias "socialmente inculcadas", y por ello, con frecuencia es invisible».*

Peligros que se amplifican por el uso de estereotipos por parte de los medios de información, que *«son extraordinarios aliados de la violencia simbólica».*

En este sentido, resulta muy interesante el análisis de contenido de los spots de la campaña electoral a gobernador de Nuevo León de 2015, porque es un estudio que muestra cómo se fomentan y difunden estereotipos de género en los spots (véase P. Ruiz Vidales y C. Muñiz, *Estereotipación de la mujer en la publicidad política. Análisis de los estereotipos de género presentes en los spots electorales de la campaña 2015 en Nuevo León*, in *Comunicación y Sociedad*, núm. 29, mayo-agosto, 2017, pp. 69-91). En síntesis, se transmite una imagen de estereotipo de "mujer-ama de casa", o que tiene una actitud pasiva y/o sumisa. Especialmente, en los spots del candidato independiente, Jaime Rodríguez "El Bronco", ganador de las elecciones, se detectó una imagen estereotipada en relación con la "mujer joven".

Está claro que las consecuencias del uso de los estereotipos de género presentes en los spots electorales no deben ser subestimadas, especialmente porque *«la creación de estereotipos, hasta en los medios de información, limita la vida política de la mujer y la excluye de responsabilidades en materia de finanzas, control presupuestario y solución de conflictos».* (Recomendación general 23, adoptada en el 16° período de sesiones, en 1997, por el Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer), como subraya el voto particular.

Además, las mujeres, muy a menudo, aceptan el estereotipo negativo de género, también por la *«adhesión de que el dominado se siente obligado a conceder al dominador, derivado de que la única forma que tiene de concebirse a sí mismo es a través de la visión del referido dominador»* (Voto particular, pár. 2.1).

Para ayudarles a darse cuenta de que es posible erradicar los estereotipos de género y no aceptar la condición de subordinación al dominador como algo natural, «no es suficiente el enunciado de un derecho, ni aún el conocimiento de esfuerzos y legislaciones concretas que lo avalan, sino que es preciso insistir en la necesidad de llegar al derecho sentido que interactúa con

el derecho vivido, por lo tanto, los derechos ya adquiridos formalmente deben convertirse en “derechos sentidos» (T. del Valle (2006), “*El derecho a la movilidad libre y segura*”, en V. Maquieira (ed.), *Mujeres, globalización y derechos humanos*, Madrid: Cátedra, p. 248, citada en T. Sordo (2011), *Los estereotipos de género como obstáculos para el acceso de las mujeres a la justicia*, México, SCJN. consultable en: <https://www.scjn.gob.mx/sites/default/files/igualdad-genero/2017->)

Para que los derechos sean “sentidos” los fallos judiciales pueden ser un medio muy importante, porque pueden desmontar los estereotipos perjudiciales sobre las mujeres y así ayudar a eliminar todas las formas de discriminación contra las mujeres.

Por esta razón, es necesario condenar a los Estados por el uso de estereotipos de género por parte de los agentes estatales (véase el caso “*Campo Algodonero*”, Corte Interamericana de Derechos Humanos, sentencia *González y Otras vs. México* de 16 de noviembre de 2009, especialmente la Sección VII “*Alegados estereotipos proyectados por los funcionarios hacia los familiares de las víctimas*”). En este caso, los agentes estatales mexicanos minimizaron los casos debido a que las víctimas eran mujeres y culparon a las víctimas por los delitos cometidos en su contra. Es decir, «en este caso, las ideas basadas en estereotipos de género fueron empleadas como justificación para la inacción estatal, ya que en lugar de respetar los derechos humanos de las mujeres y seguir las leyes y protocolos correspondientes, los funcionarios primaron la actuación basada en ideas preconcebidas de cómo consideran que debe ser una mujer en México».

Las consecuencias que tiene el uso de los estereotipos de género son muy serias porque al final hacen que las mujeres renuncian a pedir justicia. En otras palabras, «los estereotipos de género impiden que las mujeres tengan acceso a la justicia, llevan a que muchas de ellas no denuncien los delitos que se cometen en su contra y a que abandonen los procedimientos una vez iniciados, ocasionando violaciones en sus derechos y la invisibilización de muchas situaciones que los vulneran» (T. Sordo (2011), *Los estereotipos de género como obstáculos para el acceso de las mujeres a la justicia*, cit., pág. 21 y 23).

El reto consiste en eliminarlos, en especialmente los jueces, quienes pueden hacer una importante labor como promotores de patrones de conducta que superan la dicotomía masculino-femenino, que condiciona los papeles de las personas, limita las potencialidades de las mujeres y dificulta la realización de una sociedad más justa.

4. En conclusión, no es fácil decidir casos tan complejos como este.

No solo porque es muy difícil evaluar la proporcionalidad de las limitaciones impuestas a la libertad de expresión de los partidos políticos para establecer el contenido de sus promocionales.

Sobre todo porque los jueces están llamados a juzgar el impacto de los estereotipos generalizados a través de los medios de comunicación, que, como hemos dicho, pueden convertirse en aliados de la violencia simbólica, incluso cuando tienen el propósito de enviar un mensaje positivo, de cambiar la sociedad y el papel de la mujer.

Para finalizar, sin duda, es legítimo, pero ¿el fin, aunque sea legítimo, puede justificar el uso de los estereotipos negativos?

El voto particular responde que no, la mayoría de la Sala Superior responde que sí, enfatizando un análisis integral del contenido y subrayando «*que no hay elementos para considerar que el spot justifique, promocióne o incentive la violencia contra las mujeres, o represente estereotipos negativos de género, pues la aparición de la mujer está relacionada no con un hecho dañoso en sí mismo sobre su persona*» (véase pár. 3 “Valoración de la Sala Superior”).

La línea divisoria entre las razones detrás de la respuesta positiva y la respuesta negativa son muy sutiles y reflejan una elección difícil, fruto de la sensibilidad de los diversos jueces que componen el Tribunal.

El Tribunal electoral puede haber elegido, con razón, no restringir la libertad de expresión de los partidos políticos, sobre todo en el marco del proceso electoral. Pero los partidos políticos no pueden seguir subestimando los rasgos que determinan la imagen de la mujer transmitida en la propaganda política, porque esta imagen contribuye profundamente a la transmisión de estereotipos negativos de género. En el marco de la libre determinación de los partidos políticos para establecer el contenido de sus promocionales, las fuerzas políticas deben elegir modelos positivos, imágenes de mujeres con muchas cualidades de liderazgo y éxito profesional, si quieren verdaderamente realizar una sociedad más igualitaria y respetuosa de los derechos humanos de las mujeres.

*Elena Bindi*