PODER LEGISLATIVO DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE QUINTANA ROO
XVI LEGISLATURA CONSTITUCIONAL

NUMERO DE FOLIO 0441

PRD

RECIBIDO 14 ABR 2021 H. CONGRESO DEL ESTADO XVI LEGISLATURA OFICIALÍA DE PARTES 14:00

HONORABLE PLENO LEGISLATIVO:

Quienes suscriben, Diputado **Pedro Enrique Pérez Díaz**, Presidente de la Comisión de Desarrollo Indígena; Diputada **Iris Adriana Mora Vallejo** Presidenta de la Comisión de Deporte y Diputada **Ana Ellamín Pamplona Ramírez**, Presidenta de la Comisión de Cultura, todos integrantes del Grupo Legislativo del Partido de la Revolución Democrática en la H. XVI Legislatura Constitucional del Estado de Quintana Roo, en uso de la facultad que nos confiere la fracción II del artículo 68 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Quintana Roo, nos permitimos someter a la consideración de esta Honorable Legislatura, la presente **INICIATIVA DE DECRETO POR EL QUE ADICIONA LA FRACCIÓN IV AL ARTÍCULO 15 DE LA LEY DE ACCESO A LAS MUJERES A UNA VIDA LIBRE DE VIOLENCIA DEL ESTADO DE QUINTANA ROO; SE ADICIONA LA FRACCIÓN VII DEL ARTÍCULO 67 DE LA LEY DE LOS MUNICIPIOS DEL ESTADO DE QUINTANA ROO; Y SE ADICIONAN UN SEGUNDO PÁRRAFO AL ARTÍCULO 165 DE LA LEY DEL EQUILIBRIO ECOLÓGICO Y LA PROTECCIÓN AL AMBIENTE DEL ESTADO DE QUINTANA ROO, EN MATERIA DE PROHIBICIÓN DE ANUNCIOS SEXISTAS**, con base en la siguiente:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos ordena que todas las autoridades, en el ámbito de sus competencias, deberán promover, respetar, proteger y garantizar los derechos humanos establecidos tanto en la constitución como en los tratados internacionales de los que México forme parte. Este bloque de constitucionalidad fue así recogido en nuestro país desde el año 2011.

Sin embargo, previo a la incorporación y cambio de paradigma en el sistema jurídico mexicano, ya nos encontrábamos en el camino hacia la implementación de acciones concretas para la eliminación de cualquier forma de violencia y discriminación en contra de las mujeres, así como de la promoción, respeto y garantía de sus derechos fundamentales bajo las condiciones pactadas en los tratados y convenciones internacionales en la materia.

México ha firmado innumerables tratados internacionales en donde se establecen diversas prerrogativas para las y los ciudadanos. Entre dichos tratados, encontramos aquellos que tienen como fin la eliminación de cualquier forma de violencia y discriminación contra la Mujer, como lo son:

La Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer, Convención de Belém do Pará.

La Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer.

El Protocolo Facultativo de la Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer.

Como ya se adelantó, estos instrumentos tienen como finalidad llevar a cabo acciones mancomunadas y coordinadas entre los Estados parte, para la eliminación de la violencia contra la mujer como una condición indispensable para su desarrollo individual y social y su plena e igualitaria

participación en todas las esferas de vida, así como para evitar de la misma forma cualquier forma de comisión de delitos de las que históricamente han sido víctimas.

La Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer, Belém do Pará, define a la violencia contra la mujer a cualquier acción o conducta, basada en su género, que cause muerte, daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico a la mujer, tanto en el ámbito público como en el privado.

Derivado de los pactos asumidos en los tratados anunciados para la protección de los derechos de la mujer y la erradicación de cualquier forma de violencia, México expidió la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, la cual en su artículo 1, señala la obligación de los tres niveles de gobierno para prevenir, sancionar y erradicar cualquier tipo de violencia contra las mujeres, así como los principios y modalidades para garantizar su acceso a una vida libre de violencia que favorezca su desarrollo y bienestar conforme a los principios de igualdad y de no discriminación.

En consonancia a la Ley General, en Quintana Roo se expidió la Ley de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia del Estado de Quintana Roo, la cual contempla los tipos de violencia contra las mujeres:

- La violencia psicológica
- La violencia física
- La violencia patrimonial

- La violencia económica
- La violencia sexual
- La violencia moral
- La violencia obstétrica
- La violencia contra los derechos reproductivos
- Y cualesquiera otras formas análogas.

De conformidad con la fracción V del artículo 6° de la Ley General y la fracción V del artículo 5° de la ley estatal en la materia, la violencia sexual, es definida como "*cualquier acto que degrada o daña el cuerpo y/o la sexualidad de la Víctima y que por tanto atenta contra su libertad, dignidad e integridad física. Es una expresión de abuso de poder que implica la supremacía masculina sobre la mujer, al denigrarla y concebirla como objeto*"

Esta conceptualización legal de violencia sexual contiene dos supuestos para los actos que constituyen violencia sexual, que son: *degradar* o *dañar*; para la Real Academia de la Lengua Española, "degradar" entre sus diversas acepciones puede entenderse como: "*Reducir o desgastar las cualidades inherentes a alguien o algo*" y "*Humillar, rebajar, envilecer*"[1] y por su parte, la palabra "dañar" implica "*Causar detrimento, perjuicio, menoscabo, dolor o molestia, Maltratar o echar a perder algo*".[2]

Uno de los escenarios donde puede manifestarse este problema con claridad es en los anuncios publicitarios, máxime con el rol cada vez más

[1] Recuperado de: https://www.rae.es/drae2001/degradar
[2] Recuperado de: https://www.rae.es/drae2001/dañar

decisivo que adquieren medios de propagación de información hacia la población. El anuncio publicitario[3] es conocido como aquel mensaje que se hace con la intención de que las personas puedan obtener conocimiento sobre un producto, un hecho, un acontecimiento o algún otro aspecto, con fines comerciales. Los anuncios están vinculados con un propósito convincente sobre lo que estos ofrecen al público y están encauzados a la promoción de sus artículos, sus productos y sus servicios. En ocasiones los anuncios publicitarios van más allá de sus fines, pues sirven también para perpetuar valores y pautas de comportamiento a seguir.

En ese contexto, la propia ley general en su fracción XVIII, del artículo 41 establece que, entre las facultades y obligaciones de la Federación, se encuentra "*Vigilar que los medios de comunicación no promuevan imágenes estereotipadas de mujeres y hombres, y eliminen patrones de conducta generadores de violencia;*".

Por otra parte, la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radio Difusión en su artículo 223 fracción VII, menciona que la programación que se difunda a través de radiodifusión o televisión y audio restringidos, en el marco de la libertad de expresión y recepción de ideas e información, deberá propiciar la igualdad entre mujeres y hombres.

Como se observa de los dos preceptos antes citados, corresponde a la autoridad federal regular la publicidad con contenidos que promuevan imágenes estereotipadas de mujeres y hombres, que propicien la violencia

[3] Concepto Definición, sf. *Qué es un anuncio publicitario.* Recuperado el 15 de febrero de 2021 de: ¿Qué es Anuncio Publicitario? » Su Definición y Significado [2021] (conceptodefinicion.de).

en contra del género, además de promover que la información difundida en radio y televisión sea bajo principios de igualdad entre hombre y mujeres. Este ámbito de aplicación corresponde a los medios de radio difusión y telecomunicaciones.

Sin embargo, el Estado y los municipios, al formar parte integral de la federación, tienen el deber de coadyuvar para la erradicación de cualquier forma de violencia contra la mujer, sobre todo, en la difusión a través de anuncios de publicidad que se encuentren en su ámbito competencial, a efecto de erradicar aquellas acciones que generen algún tipo de violencia, daño o denigren a la mujer por el solo hecho de serlo.

Ello es así, dado que en los medios de publicidad o anuncios que son instalados en los espacios públicos o privados, en muchas de las ocasiones se pueden encontrar formas de violencia que denigran o dañan a la mujer como lo son[4]:

Representar cuerpos de mujeres siempre delgadas, jóvenes, que se ajustan a los "estándares de belleza" impuestos desde una visión machista. No representar adultas mayores, no mujeres obesas, no la diversidad de las mujeres.

Usar el cuerpo de la mujer como si fuera un objeto del deseo de los hombres.

[4] *Manual de Comunicación Institucional con Perspectiva de Género.* Recuperado el 15 de febrero de 2021 de: manual_comunicacion_institucional_perspectiva_genero.pdf (www.gob.mx)

Reproducir actitudes o hábitos machistas naturalizados, representan formas de violencia sexual como miradas lascivas, piropos callejeros que, en el mejor de los casos, son opiniones no pedidas por las mujeres a los hombres sobre sus cuerpos, además de que en la mayoría de las veces se trata de insultos obscenos y vulgares.

La utilización de la imagen de la mujer de manera erótica o sexualizada en los anuncios publicitarios es un recurso cada vez más utilizado para la promoción de diversos productos o servicios, sin embargo, se abusa del uso de representaciones degradantes y humillantes para captar la atención del público, contribuyendo al fomento de la violencia de género y a la formación de estereotipos sexistas, clasistas y racistas y designación de roles, que en nada favorece a la lucha de las mujeres por deconstruir estos estereotipos a nivel mundial.

De acuerdo al Manual de comunicación con perspectiva de género, enfoque de interculturalidad y derechos humanos[5], la comunicación gráfica sexista se caracteriza por:

- Presentar a las mujeres en una posición de subordinación en relación con los hombres.
- Reproducir estereotipos y roles de género (los más abundantes son: mujer-bella, mujer-ama de casa, mujer-objeto sexual)
- Hacer énfasis en la apariencia y vestimenta de las mujeres
- Hacer comparaciones estéticas (mujeres bellas y mujeres feas)

[5] Vega Montiel, A. y Lara Chávez, N.L. *Manual de comunicación con perspectiva de género, enfoque de interculturalidad y derechos humanos.* Gobierno de Puebla, Instituto Poblano de las Mujeres. s.f.

- Infantilizar a las mujeres
- Mostrar a las mujeres como una extensión de objetos (cosificación)
- Hipersexualizar a las mujeres.

¿Cómo es que la publicidad sexista se relaciona con la violencia sexual? Para responder esta pregunta, el uso y abuso de imágenes estereotipadas y/o denigrantes de mujeres en la oferta de bienes y servicios, desde servicios profesionales, hasta la promoción de eventos, "normaliza" ver a las mujeres en calidad de simples objetos, objetos que pueden usarse y desecharse, reduciendo y explotando la imagen femenina como objeto de deseo, lo cual daña y denigra por completo a la mujer.

Otra estrategia que se usa en la publicidad con contenido sexista es posicionar o reducir a las mujeres en el espacio doméstico, es decir, estereotiparlas, enviando mensajes erróneos hacia las niñas, niños y adolescentes.

Los estereotipos son aquellas definiciones simplistas usadas para designar a las personas a partir de convencionalismos que no toman en cuenta sus características, capacidades y sentimientos de manera analítica, y a su vez distingue los estereotipos sexuales, que reflejan las creencias populares sobre las actividades, los roles, rasgos, características o atributos que caracterizan y distinguen a mujeres y hombres, imágenes culturales que asignan a cada sexo determinadas características.[6]

[6] Centro de Estudios para el Logro de la Igualdad de Género, H. Congreso de la Unión Cámara de Diputados. lxiv Legislatura. (2019). *Introducción Conceptual Género e Igualdad. México*: Centro de Estudios para el Logro de la Igualdad de Género.

Para el Observatorio de Violencia de Género en Medios de Comunicación del Estado de Puebla,[7] la publicidad sexista se conceptualiza como aquella que representa a las mujeres de manera indigna:

1. Puede utilizar particularmente su cuerpo como un objeto que no se relaciona directamente con el producto o servicio que se pretende promocionar.
2. Puede utilizar su imagen y asociarla a comportamientos asignados tradicionalmente a la mujer de forma discriminatoria.

La publicidad sexista es posible identificarla cuando:

- Contiene mensajes excluyentes o agreden a las mujeres.
- Cuando fijan estándares de belleza femenina, desde una mirada exclusivamente masculina.
- Cuando muestran a las mujeres como dependientes de los hombres, las identifican únicamente como madres o responsables de los cuidados del hogar.
- Cuando los anuncios presentan aspectos o cambios en los cuerpos de *las mujeres como problemas que hay que corregir por ejemplo: las* arrugas o las canas.

Algunos de los impactos que se causa por la publicidad sexista en la vida de las mujeres, son:

- Normaliza la violencia y el acoso sexual

[7] Recuperado de: https://ovigem.org/publicidad-sexista/

- Perpetúa los estereotipos de género
- Excluye a las mujeres de los espacios profesionales socialmente prestigiados, pocas mujeres ocupan puestos de dirección.
- Afecta seriamente la autoestima de las mujeres, ya que el bombardeo de imágenes de "cuerpos perfectos", las obligan a cumplir con estándares de belleza irreales.
- Pone a las mujeres en posición inferior a la de los hombres.

En el Noveno Informe Periódico de México en julio de 2018, del Comité CEDAW[8] denominado Informe Sombra "Violencia contra las mujeres y desigualdad de género en y a través de los medios de comunicación y las TIC en México" se menciona que la violencia contra las mujeres en los contenidos de los medios de comunicación es estructural, puesto que todos los contenidos de la televisión, radio y prensa en México, incluida la publicidad, reproducen estereotipos sexistas que promueven la violencia de género. Estos medios naturalizan la violencia contra las mujeres, sin problematizarla ni representarla como un atentado a sus derechos humanos, por lo que recomiendan impulsar leyes, reglamentos y políticas sobre la igualdad de género, con un enfoque basado en derechos que promuevan: eliminar los estereotipos de género en el contenido de los medios y la publicidad.

Por otro lado, la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing[9] ha considerado respecto a los derechos de la Mujer y los medios de

[8] Comité CEDAW-Noveno Informe Periódico de México. Julio 2018. Recuperado el 15 de febrero de 2021 de: INT_CEDAW_NGO_MEX_31410_S.pdf (ohchr.org)
[9] Declaración y Plataforma de Acción de Beijing. Sf. Recuperado el 15 de febrero de 2021 de: bpa_s_final_web.pdf (unwomen.org)

comunicación que hay que suprimir la proyección constante de imágenes negativas y degradantes de la mujer en los medios de comunicación, sean electrónicos, impresos, visuales o sonoros. Así también expone que los productos violentos y degradantes o pornográficos de los medios de difusión también perjudican a la mujer y su participación en la sociedad.

La declaración referida en el párrafo que antecede, considera las medidas que han de adoptar los medios de información de masas y las organizaciones de publicidad, entre las que se encuentran:

a) Elaborar, en la medida en que ello no atente contra la libertad de expresión, directrices profesionales y códigos de conducta y otras formas de autorregulación para fomentar la presentación de imágenes no estereotipadas de la mujer;

b) Establecer, en la medida en que ello no atente contra la libertad de expresión, directrices profesionales y códigos de conducta respecto de los materiales de contenido violento, degradante o pornográfico sobre la mujer en los medios de información, incluso en la publicidad;

c) Introducir una perspectiva de género en todas las cuestiones de interés para las comunidades, los consumidores y la sociedad civil;

De acuerdo al Instituto Nacional de las Mujeres, en su artículo "Las Mujeres y los Medios de Comunicación"[10], refiere que en la publicidad las mujeres aún siguen apareciendo como objeto sexual, lo que refleja la necesidad de

[10] Instituto Nacional de Mujeres. México. Sf. *Las Mujeres y los Medios de Comunicación.* Recuperado el 16 de febrero de 2021 de: 100762.pdf (inmujeres.gob.mx)

coadyuvar desde el ámbito legislativo en la regulación sobre las formas de violencia contra la mujer en cualquiera de sus manifestaciones, sobre todo, en los anuncios publicitarios que son autorizados para su colocación en el ámbito competencial de los municipios.

En ese sentido, resulta incuestionable que en nuestro Estado existe la obligación por establecer la regulación específica contra la publicidad de carácter sexista con el firme propósito de erradicar la utilización de la imagen estereotipada y de contenido denigrante hacia las mujeres que se muestra en la publicidad o anuncios autorizados por parte de las autoridades municipales en nuestra Entidad.

Por lo que resulta necesario que en nuestra normativa estatal quede establecida la prohibición de autorizar la colocación de anuncios publicitarios con contenidos que muestren estereotipos sexistas, degradantes, peyorativos o discriminatorios contra las mujeres, niñas y adolescentes. Esta prohibición será aplicable en el ámbito de competencia municipal, atendiendo a la obligación constitucional y legal de promover, proteger, respetar y garantizar los derechos humanos de las mujeres, sobre todo en aras de erradicar la violencia de cualquier tipo ejercida en contra de las mismas.

Consideramos muy importante, como representantes de la sociedad, que hagamos todas las acciones posibles, para que el mandato que se establece en esta disposición normativa pueda ser una realidad en nuestra dinámica estatal.

Con esta propuesta se abonará en el acceso de las mujeres a una vida libre de violencia, contribuyendo al respeto y protección, ante este tipo de violencia y dar respuesta a las demandas de la sociedad.

En ese sentido, nos permitimos someter a la alta consideración de esta H. XVI Legislatura del Estado, la presente:

INICIATIVA DE DECRETO POR EL QUE ADICIONA LA FRACCIÓN IV AL ARTÍCULO 15 DE LA LEY DE ACCESO A LAS MUJERES A UNA VIDA LIBRE DE VIOLENCIA DEL ESTADO DE QUINTANA ROO; SE ADICIONA LA FRACCIÓN VII DEL ARTÍCULO 67 DE LA LEY DE LOS MUNICIPIOS DEL ESTADO DE QUINTANA ROO; Y SE ADICIONAN UN SEGUNDO PÁRRAFO AL ARTÍCULO 165 DE LA LEY DEL EQUILIBRIO ECOLÓGICO Y LA PROTECCIÓN AL AMBIENTE DEL ESTADO DE QUINTANA ROO, EN MATERIA DE PROHIBICIÓN DE ANUNCIOS SEXISTAS.

PRIMERO. Se adiciona la fracción IV al Artículo 15 de la Ley de Acceso a las Mujeres a una Vida libre de Violencia del Estado de Quintana Roo, para quedar como sigue:

Artículo 15. ...

I. a III. ...

IV. Los Municipios en el ámbito de su competencia, no podrán autorizar la colocación de anuncios publicitarios con contenidos de cualquier tipo de violencia, de estereotipos sexistas, degradantes o discriminatorios contra las mujeres, niñas y adolescentes.

SEGUNDO. Se adiciona la fracción VII del artículo 67 de la Ley de los Municipios del Estado de Quintana Roo, para quedar como sigue:

Artículo 67. ...

I. a VI. ...

VII. Autorizar la colocación de anuncios publicitarios con contenidos de *cualquier tipo de violencia, de estereotipos sexistas, degradantes o* discriminatorios contra las mujeres, niñas y adolescentes.

Tercero. Se adicionan un segundo párrafo al artículo 165 de la Ley del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente del Estado de Quintana Roo, para quedar como sigue:

Artículo 165. ...

Bajo ninguna circunstancia se autorizará la colocación de anuncios *publicitarios con contenidos de cualquier tipo de violencia, de estereotipos* sexistas, degradantes o discriminatorios contra las mujeres, niñas y adolescentes; para lo cual los Ayuntamientos, en el ámbito de su competencia, deberán regular rigurosamente los términos de dicha prohibición.

TRANSITORIOS

NUMERO DE FOLIO

0441

PRIMERO. El presente Decreto entrará en vigor el mismo día de su publicación en el Periódico Oficial del Estado de Quintana Roo.

SEGUNDO. Los Ayuntamientos deberán emitir las disposiciones reglamentarias para dar cumplimiento a lo establecido en el presente decreto, en un plazo no mayor a 180 días naturales posteriores a la entrada en vigor del mismo.

CIUDAD CHETUMAL, QUINTANA ROO, A LOS TRECE DÍAS DEL MES DE ABRIL DEL AÑO DOS MIL VEINTIUNO.

LOS INTEGRANTES DEL GRUPO LEGISLATIVO DEL PARTIDO DE LA REVOLUCIÓN DEMOCRÁTICA DE LA XVI LEGISLATURA DEL ESTADO.

DIP. PEDRO ENRIQUE PEREZ DÍAZ **DIP. IRIS ADRIANA MORA VALLEJO**

DIP. ANA ELLAMIN PAMPLONA RAMÍREZ

RECIBIDO
14 ABR 2021
EL CONGRESO DEL ESTADO
XVI LEGISLATURA
OFICALÍA DE PARTES
14:00