

El derecho de las mujeres a la Comunicación: la transversalización de la legislación de medios con perspectiva de género

Aimée Vega Montiel*

Resumen

Basado en el mandato de la Plataforma de Acción de Pequim de 1995, que en su capítulo J, “Mujeres y Medios de Difusión”, establece la necesidad de llamar a los gobiernos y los sectores involucrados a fomentar una política activa y visible de incorporación de la perspectiva de género en las políticas y programas de comunicación, este artículo contiene la propuesta que la autora desarrolló en el marco de la Red de Investigadoras por la Vida y la Libertad de las Mujeres¹, y que fueron presentados a la Comisión Plural para la Ley de Medios del Senado Mexicano, a fin de que dicha legislación promueva, de manera efectiva, la igualdad en el acceso y participación de las mujeres a los derechos comunicativos e informativos.

Palabras clave: Derechos comunicativos. Mujeres. Géneros. Políticas de Comunicación.

* Doctora y Maestra en Periodismo y Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona. Investigadora del Programa de Investigación Feminista del Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades (CEIICH), de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Fue Presidenta de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) durante el bienio 2005-2007. Profesora, Asesora y Tutora de la Licenciatura y del Posgrado en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. E-mail: aimeevm@servidor.unam.mx.

¹ La Red de Investigadoras por la Vida y la Libertad de las Mujeres está integrada por investigadoras feministas que trabajan por la promoción de los derechos humanos de las mujeres en México. El equipo coordinador está encabezado por: Marcela Lagarde, Angélica de la Peña, Aimée Vega Montiel, Mayela García, Ángela Alfaraache, Celia Aguilar, Paz López, Olga Bustos, Karime Suri y Patricia Castañeda

O direito das mulheres à Comunicação: a passagem transversal da legislação dos meios com a perspectiva de gênero

Resumo

Baseado na Plataforma de Ação de Pequim de 1995, que em seu capítulo J, “As mulheres e os meios de difusão”, estabelece a necessidade de chamar os governos e os setores envolvidos com o tema a fomentar um programa ativo e visível de incorporação da perspectiva de gênero nas políticas e projetos de Comunicação, este artigo contém a proposta que a autora desenvolveu para a *Rede de investigadoras pela vida e liberdade das mulheres*, e que foi apresentada na Comissão Plural para a Lei dos Meios de Comunicação do Senado Mexicano, a fim de que a referida legislação promova, de maneira efetiva, a igualdade ao acesso e participação das mulheres aos direitos de Comunicação e informação.

Palavras-chave: Direito à Comunicação. Mulheres. Gêneros. Políticas de Comunicação.

The right of the women to the Communication: the transversal passage of the ways of diffusion's legislation with the sort perspective

Abstract

Based in the Platform of Action of Beijing in 1995, in its chapter J, “Women and the ways of diffusion”, that establishes the necessity to involved governments and respectives sectors to foment one active and visible program that promotes the incorporation of the perspective of sort in the politics and projects of Communication, this article contains the proposal that the autor developed for the *Net of investigators for the life and freedom of the women*, and it was presented in Plural Commission for the Medias's Law of the Mexican Senate, to promote, whit effect, the access and participation of the women to the Communication's rights and information.

Keywords: Communication's rights. Women. Sort. Politics of Communication.

Una Nota Aclaratoria

Antes de dar paso al desarrollo de este documento, deseo hacer una precisión, que apunta a la Comunicación y la Información como derechos humanos de las mujeres.

La adopción de los estatutos de las Naciones Unidas en 1945 y de la Declaración Universal de los Derechos Humanos en 1948, obligó a los Estados miembro a reconocer, establecer, proteger y fortalecer los derechos humanos a nivel global, regional, nacional y local. Desde entonces, el respeto a la dignidad de las personas y

a su derecho a la igualdad, ha impulsado a la comunidad internacional a reconocer y asumir su responsabilidad en la promoción, respeto y protección universal de los derechos humanos. Asimismo, a garantizar su indivisibilidad e interdependencia con la paz y el desarrollo.

Como lo señala Cees Hamelink (1994), los derechos humanos proveen de un marco universal de estándares para la integridad y la dignidad de todos los seres humanos. Este marco se encuentra basado en los principios de libertad, igualdad, equidad, solidaridad, inviolabilidad, inclusión, diversidad y participación, y están directamente relacionados con las posibilidades de la comunicación como un derecho. En este sentido, el Informe MacBride de 1980 establece que el derecho a comunicar es un pre-requisito para otros derechos humanos. En particular, debemos reconocer la relación que existe entre el derecho a comunicar y aquellos que garantizan la participación en la esfera pública. Por lo tanto, el derecho a comunicar abarca otros derechos humanos como el derecho a la información, la libertad de expresión y el acceso universal a las nuevas tecnologías y al conocimiento.

Estos derechos, sin embargo, no establecen en sí mismos el principio de universalidad al que la propia Declaración alude pues, expresados en masculino, es decir, apuntando al hombre como sujeto de reconocimiento, los instrumentos jurídicos internacionales, así como los mecanismos de derechos humanos, no contemplaron que su puesta en práctica debía considerar las diferencias entre mujeres y hombres, y por tanto, los problemas, necesidades y demandas de las mujeres. Así, el derecho a ser tratadas con respeto y dignidad, y a gozar, en igualdad de condiciones y oportunidades, del derecho a la integridad física, a una vida libre de violencia, a una vida sexual y reproductiva plena y sana, al trabajo y a conservar los ingresos, a poseer un patrimonio, a la educación, a la cultura, a la comunicación, a la información, a la participación política, al acceso al poder, y los más importantes, a la vida y a la libertad, que fueron reconocidos en la Conferencia Mundial de Derechos Humanos en Viena, apenas en 1993, continúan siendo en su conjunto, hasta el día de hoy, la asignatura pendiente más

importante si lo que queremos es realizar una sociedad pacífica, democrática y desarrollada.

Por esta razón, desde la Red de Investigadoras por la Vida y la Libertad de las Mujeres, fue elaborado este documento con el objetivo de impulsar que el Grupo Plural para la Reforma de las Leyes de Radio y Televisión y Telecomunicaciones del Senado Mexicano, garantice la igualdad de las mujeres en el acceso a los derechos comunicativos.

Considero que la pertinencia de esta propuesta va más allá del ámbito mexicano, pues en la mayoría de los países de nuestra región latinoamericana y del mundo, las mujeres no tienen garantizado su acceso a la comunicación y a la información. Por ello, comparto estas claves con la comunidad científica de Brasil, a fin de que la realización de los derechos de las humanas se extienda a todas las regiones del mundo.

La situación de las mujeres en la esfera de la comunicación y la información

En el camino para promover y realizar el reconocimiento pleno de los derechos humanos de las mujeres, el movimiento feminista ha puesto la atención desde los años 70 – es decir, cuando logró impactar en las Naciones Unidas al incorporar los asuntos de las mujeres en la agenda internacional, y también en las universidades, a través de los centros de investigación y de los programas de estudio–, en su derecho a la comunicación y la información como claves fundamentales. ¿Por qué?

Con la designación de 1975 como el Año Internacional de la Mujer -en el que fue celebrada la I Conferencia Mundial sobre la Mujer en México –, y de la Década para la Mujer, de 1976 a 1986, inició el diagnóstico sobre su situación en el mundo. Lo que la revisión de la realidad y las políticas nacionales, regionales y mundiales sobre las mujeres evidenciaba, era la violación de sus derechos humanos en todos sus ámbitos y ciclos de vida, en reciprocidad con su marginalidad de la economía mundial y de su poco o nulo acceso a los recursos para acceder a una ciudadanía plena. Un hecho fundamental originado por estas causas, apuntaba

al acceso negado a las mujeres a los medios de comunicación, en términos de representación y de empleo. Las imágenes estereotipadas de las mujeres en los medios de comunicación, así como su escasa participación en ellos, fueron señaladas desde entonces – y hasta el día de hoy – como poderosas barreras que dificultaban la universalidad de los derechos humanos.

Los datos y análisis con que se cuenta en esta línea, muestran un panorama poco alentador. En primer lugar, la investigación científica de la Comunicación ha corroborado que la representación de las mujeres en el discurso de todos los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías, reproduce los estereotipos sexistas que, o asocian a las mujeres a roles tradicionales (madres, esposas y amas de casa) en donde se enfatiza su supuesta fragilidad y vulnerabilidad, así como su adscripción social al espacio doméstico, o que las representan como objetos sexuales. En contraste, en los medios no es latente el interés en visibilizar la participación de las mujeres y su poder como agentes sociales en las esferas política, económica, educativa y cultural. Un dato revelador lo aporta el estudio realizado por el Global Media Monitoring Project que organizó un monitoreo simultáneo en los noticiarios de 71 países en un día, en 2000, y que demostró los patrones de género prevalecientes en los contenidos de estos programas: sólo el 19 por ciento de las protagonistas eran mujeres, y además, eran objeto de coberturas sensacionalistas y representadas en los roles de víctimas, madres o esposas, pero no como protagonistas de la dinámica política y social (vale señalar que el 81 por ciento restante de las noticias tuvo como protagonistas a hombres, en su mayoría, políticos, empresarios y deportistas). También, la investigación apunta a que, lejos de haber registrado una reducción, el aumento de la violencia y la discriminación contra las mujeres y las niñas en los contenidos, y en particular de la pornografía y la prostitución, se ha multiplicado en las programaciones de los medios tradicionales y de las nuevas tecnologías (IORTVE, 2002; VEGA MONTIEL, 2008). Así, la responsabilidad de los medios en la erradicación de los prejuicios y prácticas discriminatorias que contra las mujeres prevalecen en la sociedad, continúa siendo una asignatura pendiente.

Por ello, y teniendo como marco la existencia de instrumentos jurídicos centrales en la erradicación de la violencia de género – CEDAW, Belém do Pará y la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia en nuestro país–, estas investigaciones apuntan a la tarea fundamental de los medios en la erradicación de la violencia y la discriminación contra las mujeres y las niñas, vía la transformación de sus contenidos. Esta demanda encuentra sustento en la posibilidad de mirar a las mujeres reales en los medios. Reales en su subjetividad, y también como protagonistas de la acción social.

En otro eje, los estudios sobre la propiedad de los medios y sus implicaciones en las rutinas de producción y en los contenidos, reflejan una relación de marginación, y también de discriminación, de las mujeres en las industrias mediáticas – sea como propietarias, trabajadoras (esto es, editoras, reporteras, periodistas) o creadoras (como cineastas, productoras y directoras). En esta línea, debemos mencionar que las mujeres son casi inexistentes en la propiedad de los medios: en Estados Unidos, sólo el 9 por ciento de ellas dirige alguna empresa pequeña de telecomunicaciones o de comercio electrónico; en Europa, sólo el 12 por ciento de los puestos ejecutivos son encabezados por mujeres (BYERLY y ROSS, 2006). En nuestro país, la representación de mujeres en los puestos de dirección, gerencia, subdirección y jefatura en las industrias televisiva y radiofónica, no supera el 15 por ciento (INMUJERES, 2005). María Asunción Aramburuzabala es tal vez la mujer que más ha figurado en la propiedad de la industria de la comunicación, como una de las accionistas de Televisa.

El nivel en el que se concentra una mayor cantidad de mujeres, es en el de creadoras, reporteras y editoras, sin embargo, la cifra global no llega al 25 por ciento. Y lo que sabemos es que las mujeres que logran incursionar en este terreno, se enfrentan a muchas barreras que dificultan e incluso impiden su desarrollo en las industrias de los medios, tales como: el acoso sexual; las prácticas de trabajo, que obligan a las mujeres a asumir rutinas creadas para los hombres (en términos de fuentes, espacios y horarios); la desigualdad que el reconocimiento y la remuneración económica del trabajo realizado por las mujeres recibe; y el techo de cristal,

objetivado en la experiencia de las mujeres que logran un progreso notable para colocarse en la industria, pero que nunca alcanzan las posiciones de dirección y decisión (BYERLY y ROSS, 2006).

En este punto, la Red de Investigadoras considera importante expresar el interés que tiene en que se incremente la participación de las mujeres en las industrias audiovisuales, pues existe una relación directa entre la propiedad del medio y los contenidos que son producidos. En este sentido, una manera de impulsar contenidos que reflejen las problemáticas y acciones de la agenda de las mujeres, es incrementando su participación en dichas industrias.

En tercer lugar, en el ámbito de la investigación en recepción se encuentran también una preocupación e intencionalidad latente: la de aportar claves para el desarrollo de una educación para los medios que, con perspectiva de género, contribuya al desarrollo de una sociedad basada en la igualdad.

En el rubro de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, el balance es también pesimista pues indica que, lejos de que estén contribuyendo a la plena incorporación de las mujeres a las esferas económica, política y social, estas herramientas consolidan las desigualdades de género. Muestra de ello es que en países como Italia las mujeres representan el 21,5 por ciento del total de usuarios de Internet, brecha que se acrecienta de manera alarmante en países como México, en donde las mujeres constituyen sólo el 2,5 por ciento, o de Brasil, en donde representan el 2,1, y de Rusia, en donde son apenas el 1,8 por ciento del total de la población (CASTAÑO, 2005). En este sentido, es importante acotar que la brecha digital no viene sólo determinada por el acceso y frecuencia de uso, sino por las diferencias en la educación, conocimiento, capacidad, aprendizaje y organización, condiciones que tienen su origen en la pobreza y marginación social, y también, en la compleja relación de las mujeres con la ciencia y la tecnología.

Todos estos ejemplos, tanto de representación como de empleo, trascienden las fronteras culturales y de clase, y también, las de los medios tradicionales y los nuevos, y evidencian la poca influencia de las mujeres en la política y la economía del mundo.

Así, las preocupaciones de la Red de Investigadoras se sostienen en el hecho de una evidente paradoja: por un lado, corroborar

que los medios de comunicación y las tecnologías de información refuerzan las relaciones de desigualdad entre mujeres y hombres, al tiempo que se reconoce su importancia como una vía fundamental para circular las ideas y perspectivas de las mujeres y como vehículo para que ganen voz pública, presencia e influencia, esto es, para que ejerzan su ciudadanía. Por todo ello, es que el derecho a la comunicación y a la información cobra, desde nuestra perspectiva, un significado muy profundo y más amplio, al involucrar directamente la participación democrática de las mujeres en la sociedad y el ejercicio de otros derechos igualmente importantes, como son: igualdad social, libertad de expresión y acceso a las nuevas tecnologías.

Todo ello, marca la pauta para que organizaciones feministas, como la Red, organicen estrategias dirigidas a hacer de la comunicación un derecho de las mujeres y las niñas, con el fin de garantizar, por un lado, una representación más adecuada de sus perspectivas y acciones y una mayor autonomía en la producción y también en el consumo de los contenidos. En un marco más amplio, estas acciones tienen la motivación de democratizar a los medios y sistemas de comunicación del mundo con un enfoque de género para lograr la realización de una sociedad basada en los principios de la paz y la pluralidad.

Conferencias e Instrumentos Jurídicos Internacionales

Estas claves han tomado forma en las conferencias regionales que han reunido a académicas, comunicadoras, especialistas y mujeres de organizaciones de medios de más de 80 países, en Bangkok (en febrero de 1994), Quito (en abril de 1994) y Toronto (en marzo de 1995).

Un espacio fundamental para la discusión y el acuerdo sobre estas acciones, lo constituyó la 4a. Conferencia Mundial de la Mujer, en Beijing 1995, la que recogió e hizo propia la preocupación de las comunidades científicas y organizaciones sociales por la forma en la cual los medios representan a las mujeres, y por su acceso desigual a la propiedad y la producción de los medios de comunicación; de ahí que por primera vez la Plataforma de Ac-

ción señalara la necesidad de incrementar la participación de las mujeres en la propiedad, la producción y la decisión sobre los contenidos, al tiempo que ofreciera una mirada y diseñara estrategias para impulsar el acceso y participación de las mujeres en los medios tradicionales y en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y promover una representación libre de estereotipos.

Al mismo tiempo, en el marco internacional existen otros instrumentos jurídicos, torales, en la tarea de realizar los derechos humanos de las mujeres y las niñas, y que apuntan a la responsabilidad de los medios de comunicación en esta materia. Tal es el caso de la Convención para la Eliminación de todas las formas de discriminación y violencia contra las Mujeres (CEDAW) y la Convención de la OEA, Belém Do Pará.

Dichos instrumentos jurídicos, signados por el gobierno mexicano, establecen recomendaciones puntuales a los medios de comunicación, en aras de que examinen las consecuencias de los estereotipos sexistas, incluidos aquellos contenidos en los anuncios publicitarios que promueven la violencia y la discriminación de género y a que adopten medidas para eliminar esas imágenes negativas, con miras a promover una sociedad basada en los principios de equidad y respeto, esenciales para el desarrollo y la paz de las naciones.

Marco Jurídico Nacional

El marco jurídico mexicano ha tenido avances significativos en el camino hacia la igualdad entre mujeres y hombres, y que se corresponden con los preceptos del Derecho Internacional. Sin embargo, al mismo tiempo conviene expresar una preocupación, y es que los mecanismos que se deben encargar de aplicar estos preceptos legales, aún no han sido diseñados, y otros se están trabajando de manera marginal. Por ello, consideramos que la legislación de medios debe enfatizar, realizando, su carácter integral, transversal y coordinado con los instrumentos jurídicos existentes, pues éstos promueven el derecho humano de las mujeres y las niñas a la comunicación y la información. Estas legislaciones, son:

1. Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación
2. Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia
3. Ley General de Igualdad entre Mujeres y Hombres
4. Ley para la Protección de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes
5. Ley para Prevenir y Sancionar la trata de personas

Principios y mecanismos para una legislación mexicana que, con perspectiva de género, garantice el acceso de las mujeres a la comunicación y la información

En su propuesta presentada el pasado 7 de noviembre ante los Senadores de la República, la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI) incluyó dos principios generales, fundamentales, que promueven el acceso de las mujeres a la comunicación y la información:

“En cuanto a límites a los contenidos de la publicidad se deberán considerar principios tales como:

- § Discriminar por motivos de género, etnia, nacionalidad, edad, capacidades físicas diferentes, o cualquier otra circunstancia personal o social
- § Presentar a las mujeres de forma vejatoria, es decir, la que utiliza de manera particular y directa el cuerpo o partes del cuerpo de las mujeres como un simple objeto desvinculado del producto que se busca promover, y la que reproduce imágenes estereotipadas que promueven la discriminación y la violencia de género contra las mujeres” (AMEDI, 2007: 42)

En este tenor, y tomando como base los principios analizados, además de los antecedentes jurídicos nacionales e internacionales que han sido señalados en este texto, consideramos que una Ley de Medios democrática e integral, requiere que los derechos comunicativos e informativos de la mitad de la población de este mundo sean cubiertos de manera amplia. En este sentido,

reconocemos que los medios no son sólo pieza clave para el adelanto de las mujeres y las niñas, su empoderamiento y desarrollo en todas las esferas de su vida, pero también para su vida, libertad y conocimiento.

Lineamientos

Desde la perspectiva señalada, a continuación se enlistan algunos principios fundamentales que consideramos deben ser incluidos en la legislación de Medios.

Para garantizar la igualdad de género en esta materia, la Ley deberá:

1. Garantizar el derecho humano de todas las mujeres y las niñas a la comunicación, la información y la libertad de expresión
2. Promover el acceso y participación de las mujeres y las niñas indígenas a la comunicación, la información y la libertad de expresión
3. Promover el acceso y participación de las mujeres y las niñas con capacidades diferentes a la comunicación, la información y la libertad de expresión
4. Impulsar el sistema de concesión con perspectiva de género. En este sentido, la finalidad de la concesión será la de favorecer: la conciliación del ejercicio, por parte de las mujeres, de su derecho a la comunicación y la información con el cumplimiento de los instrumentos jurídicos vigentes en la materia, incluidos los imperativos Constitucionales; la participación de las mujeres en la propiedad, dirección y administración de los medios de comunicación; la participación de las mujeres en la producción de contenidos audiovisuales; contribuir al desarrollo de una industria y sector audiovisuales plurales; contribuir a la implantación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, y al desarrollo de la sociedad de la información, garantizando el acceso de las mujeres a dichas herramientas
5. Impulsar el servicio público con perspectiva de género. La Ley deberá alentar a los concesionarios que presten un servicio público de comunicación audiovisual, a cumplir con los

- principios del servicio público e impulsar el conocimiento y respeto de los derechos humanos de las mujeres y las niñas. El principio de servicio público con perspectiva de género, consiste en garantizar el acceso de las mujeres a los sistemas comunicativos, y a la oferta, mediante sistemas de distribución que no requieran el uso de tecnologías de acceso condicional y de un conjunto de contenidos audiovisuales, destinados a la satisfacción de las necesidades democráticas, sociales, educativas y culturales de las mujeres y las niñas.
6. Garantizar el acceso universal con perspectiva de género. La Ley deberá garantizar el acceso de las mujeres y las niñas a la información en condiciones de igualdad
 7. Promover la producción de contenidos con perspectiva de género
 8. Alentar a las industrias audiovisuales a aumentar la producción de programas realizados por mujeres
 9. Impulsar la propiedad de los medios de comunicación con perspectiva de género. La Ley deberá promover que se incremente la participación de las mujeres en la propiedad, dirección, administración y producción de las industrias audiovisuales
 10. Mandatar una educación para los medios con perspectiva de género. La Ley deberá promover el conocimiento y fomentar la conciencia de que los estereotipos sexistas son discriminatorios y violentan los derechos humanos de las mujeres y las niñas
 11. Garantizar la libertad de recepción con perspectiva de género. La Ley deberá garantizar el respeto a los principios de libertad de recepción de las mujeres y las niñas, sin que los intereses privados y los poderes públicos puedan violentar este derecho
 12. Impulsar la autorregulación con perspectiva de género. La Ley deberá fomentar, en la medida en que no atente contra la libertad de expresión, el desarrollo de directrices profesionales, códigos de conducta y otras formas de autorregulación que fomenten la presentación de imágenes no estereotipadas de las mujeres en los contenidos audiovisuales

13. Garantizar la propiedad intelectual con perspectiva de género. La Ley deberá garantizar que los derechos reconocidos a favor de las mujeres productoras, protejan su propiedad intelectual
14. Garantizar el Derecho de Réplica con perspectiva de género. La Ley deberá garantizar el derecho de las mujeres y las niñas a rectificar informaciones sobre hechos que refieran a ellas
15. Impulsar observatorios de medios con perspectiva de género. La Ley deberá impulsar el desarrollo de Observatorios Mediáticos que den cuenta del quehacer de los medios en la promoción de los derechos humanos de las mujeres y las niñas

Mecanismos – Composición del Órgano Regulador

El Órgano Regulador en materia de medios de comunicación en México, es el responsable de evaluar las solicitudes y adjudicar las frecuencias de radio y televisión a los concesionarios. Por su obvia importancia, consideramos que la transversalización de la perspectiva de género en materia de legislación de medios, debe incidir también en la composición del Órgano Regulador, de tal manera que garantice la paridad entre mujeres y hombres con suficiente experiencia profesional².

Continuando con esta línea, consideramos que los criterios que deben ser tomados en cuenta para otorgar una concesión y evaluar las concesiones existentes, deben garantizar el derecho de las mujeres a la comunicación. Estos se enlistan a continuación:

1. El otorgamiento o evaluación de una concesión deberá garantizar el acceso de las mujeres a la comunicación y la información como propietarias de medios audiovisuales. En este sentido, la Ley deberá promover que la distribución de concesiones contemple la paridad entre mujeres y hombres

² Al día de hoy, ninguna mujer forma parte de este Órgano, conocido como la COFETEL, que está conformado por ocho consejeros.

2. En el otorgamiento o evaluación de una concesión, deberá considerarse el criterio de la discriminación positiva de género, con el objetivo de que las redes de mujeres productoras tengan garantizado su derecho a concursar por una concesión
3. La equidad en la comunicación requiere promover la pluralidad de los concesionarios. Por ello, en la solicitud o evaluación de una concesión, la Ley deberá promover que la persona solicitante garantice que pondrá a disposición de las audiencias una oferta de contenidos diversa que contemple los temas de la agenda de las mujeres. Por ello, deberá garantizar que dichas producciones sean destinadas al conocimiento sobre las problemáticas, demandas y perspectivas de las mujeres y las niñas
Aunado a estos criterios, la Ley deberá promover que en la solicitud o evaluación de una concesión, la persona solicitante garantice que:
 4. El porcentaje de mujeres en el Consejo, así como en los puestos de dirección y decisión, contemple la paridad de género
 5. El porcentaje de producciones realizadas por mujeres sea paritaria respecto a las producciones hechas por hombres
 6. La planta laboral tenga una conformación paritaria entre mujeres y hombres
 7. Señalará los compromisos que garanticen la igualdad de género en la estructura laboral y profesional
 8. Asegure la capacitación del personal de producción en perspectiva de género
 9. La proyección de un porcentaje significativo de producciones independientes provenientes de las redes de mujeres productoras
 10. La erradicación de contenidos que promuevan imágenes negativas y degradantes de las mujeres, esto es, de imágenes estereotipadas que insisten en presentarlas en papeles tradicionales; de imágenes que las representan como objetos sexuales y bienes de consumo; de imágenes que promueven la discriminación y la violencia de género; y de imágenes que promueven la pornografía y la prostitución

11. La programación del medio de comunicación que solicite operar, exprese la pluralidad de las mujeres y las niñas de este país. En este sentido, el concesionario deberá garantizar el derecho de acceso a las mujeres y las niñas, aplicable:
a) de manera general, garantizando la participación de las mujeres como fuentes de información en el conjunto de la programación; y b) de manera directa, mediante espacios específicos en la radio y la televisión que promuevan programas realizados por mujeres. Asimismo, la Ley promoverá que los solicitantes garanticen la disponibilidad de los medios técnicos y humanos necesarios para realizar el ejercicio de este derecho.
12. La producción de programas que promuevan la participación de las mujeres indígenas en la vida económica, social, cultural y política del país

Por último, afirmamos que la legislación de Medios debe mandar la creación de instrumentos que regulen y vigilen los contenidos audiovisuales, de tal forma que éstos no transgredan los derechos humanos de las mujeres y las niñas. En este sentido, es toral la constitución de un Consejo de Los Derechos Comunicativos e Informativos de las Mujeres y las Niñas, así como de un Observatorio Mediático de los Derechos Humanos de las Mujeres y las Niñas. Por ello, se considera que:

1. La Ley deberá promover que la vigilancia y regulación de los contenidos que garanticen el derecho humano de las mujeres y las niñas a la comunicación y la información, le corresponda al “Consejo de los Derechos Comunicativos e Informativos de las Mujeres y las Niñas”, que con autonomía y reconocimiento jurídico, esté conformado por mujeres expertas en la materia
2. La Ley deberá promover que una de las tareas centrales del Consejo, sea la promoción de una educación para los medios con perspectiva de género dentro del sistema educativo, dirigida a garantizar una lectura activa y crítica de los contenidos audiovisuales

3. La Ley deberá promover que el Consejo vigile el cumplimiento, por parte de los concesionarios, de los ordenamientos que sean establecidos para promover la igualdad de género
4. La Ley deberá promover que el Consejo garantice un sistema de apoyos específicos, económicos y de infraestructura, para el desarrollo de proyectos comunicativos e informativos que difundan el conocimiento sobre los derechos humanos de las mujeres
5. La Ley deberá promover que la vigilancia y regulación vayan acompañadas de una evaluación periódica, producto de los resultados que aporte el “Observatorio Mediático de los Derechos Humanos de las Mujeres y las Niñas” que será creado para estos efectos
6. El Observatorio tendrá la responsabilidad de publicar resultados periódicos sobre la forma en que los concesionarios promueven los derechos humanos de las mujeres. En esta línea, se observan los siguientes criterios para proteger los derechos humanos de las niñas desde los medios de comunicación:
 - a. Que los concesionarios no puedan difundir la imagen, el nombre y datos que permitan identificar a niñas para evitar la afectación a su intimidad o imagen
 - b. Que sean eliminados contenidos que promuevan el maltrato, la discriminación y la violencia contra las niñas
 - c. Que sean eliminados contenidos que promuevan el abuso sexual y la prostitución de niñas
 - d. Que sean eliminados contenidos que perjudiquen el desarrollo mental, físico o moral de las niñas
7. El Observatorio tendrá la responsabilidad de publicar resultados periódicos sobre el tratamiento de las mujeres y las niñas en la publicidad. En este sentido, el principio para promover sus derechos humanos, es erradicando aquella publicidad que:
 - a. Atente contra la dignidad de las mujeres y las niñas
 - b. Vulnere sus valores y derechos. Por ejemplo, aquella que presente a las mujeres y las niñas de forma vejatoria
 - c. Las represente bajo estereotipos sexistas

- d. Las represente como objetos sexuales
 - e. Atente contra las convicciones políticas de las mujeres
 - f. Promueva la violencia de género contra las mujeres y las niñas, a través de abusos, imprudencias y conductas agresivas
 - g. Promueva servicios de prostitución de mujeres y niñas
8. Por último, la Ley deberá promover el establecimiento de acuerdos con los concesionarios para adoptar de manera voluntaria códigos de conducta con perspectiva de género en materia de contenidos.

Consideraciones finales

La teoría feminista y el campo teórico de género han servido para identificar las barreras que dificultan, hasta hoy, la realización de la comunicación y la información como derechos humanos de las mujeres. Sin embargo, las investigadoras feministas insistimos en creer que su lucha por el desarrollo y autonomía está unido a la necesidad de sentirse libres y expresarse.

Si el derecho a la comunicación indica que *Toda persona tiene derecho a expresarse, a ser escuchada, a ser reconocida, a ser proyectada con dignidad, a recibir información con base en la transparencia, la diversidad, la participación y la justicia social y económica*, creemos firmemente que la comunicación es un derecho humano esencial, extendible, para la ciudadanía plena de las mujeres. Y sólo ello hará posible el desarrollo y la paz del mundo.

Referencias

ASOCIACIÓN MEXICANA DE DERECHO A LA INFORMACIÓN.
Propuesta de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información al Grupo Plural para la Reforma de las Leyes de Radio y Televisión y Telecomunicaciones del Senado de la República. México: AMEDI/
Alternativa Ciudadana 21/Friedrich Ebert Stiftung, 2007.

BYERLY; ROSS . **Women and Media, A critical Introduction.** Londres: Blackwell, 2006.

Castaño, C. **Las mujeres y las tecnologías de la información. Internet y la trama de nuestra vida.** Madrid: Alianza Editorial, 2005.

HAMELINK, C. J. Human Rights for the Information Society. In: O'SIOCHRU, Sean; GIRARD, Bruce (Eds.). *Communicating in an Information Society*. Génova: UNRISD, 2003. p. 121-163.

HAMELINK, C. J. *The politics of World Communication*, Londres: Sage, 1994.

INMUJERES. Las mujeres y los medios de comunicación. Documento en línea (www.cedoc.inmujeres.gob.mx/documento_download/100762.pdf). Fecha de consulta: 20 sept. 2007.

RED DE INVESTIGADORAS POR LA VIDA Y LA LIBERTAD DE LAS MUJERES. Lineamientos y mecanismos para una Ley de Medios con perspectiva de género. Abril 2008.

VEGA MONTIEL, A. Por los derechos humanos de las mujeres: La responsabilidad de los medios de comunicación en la erradicación de la violencia de género contra las mujeres. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, no. 200 (en prensa), 2008.

WACC. *Who Makes the News?*, Londres, WACC, 2000.

Instrumentos jurídicos consultados

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Ley de Igualdad entre Mujeres y Hombres.

Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de violencia.

Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación.

Ley para la Protección de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes.

Ley para Prevenir y Sancionar la trata de personas.

CONFERENCIA DE BEIJING. Documento en línea: <http://www.onu.org/documentos/confmujer.htm>, fecha de consulta: 9 jun. 2005.

COMISIÓN INTERAMERICANA DE MUJERES. Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer (Convención de Belem do Para), Washington, organización de los Estados Americanos, 1995.

THE UNIVERSAL DECLARATION OF HUMAN RIGHTS, 1948

THE CONVENTION ON THE ELIMINATION OF ALL FORMS OF DISCRIMINATION AGAINST WOMEN, 1979.

UN SOLO MUNDO, VOCES MÚLTIPLE. McBride Report, 1980.