



Consejo Económico y Social

Distr.
LIMITADA

E/CN.6/1995/L.17/Add.13
5 de abril de 1995
ESPAÑOL
ORIGINAL: INGLÉS

COMISIÓN DE LA CONDICIÓN JURÍDICA Y SOCIAL
DE LA MUJER
39º período de sesiones
Nueva York, 15 de marzo a 4 de abril de 1995
Tema 3 e) del programa

PREPARATIVOS PARA LA CUARTA CONFERENCIA MUNDIAL SOBRE LA MUJER:
ACCIÓN PARA LA IGUALDAD, EL DESARROLLO Y LA PAZ

Proyecto de Plataforma de Acción

Adición

Capítulo IV

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS Y MEDIDAS

- J. Desigualdad de acceso y participación de la mujer en todos los sistemas de comunicaciones, sobre todo en los medios de difusión, y movilización insuficiente de éstos para promover las contribuciones positivas de la mujer a la sociedad [Movilizar a los medios de difusión para que reflejen las contribuciones de la mujer a la sociedad] [Responsabilidad de los medios de difusión por la influencia que tienen en la mujer los temas que tratan] [La mujer y los medios de difusión]

161. En el decenio pasado, los avances en la tecnología de la información han facilitado el desarrollo de una red mundial de comunicaciones que trasciende las fronteras nacionales y tiene la capacidad de influir en las políticas estatales y en las actitudes privadas, sobre todo las de los niños y adultos jóvenes. Existe en todas partes la posibilidad de que los medios de comunicación contribuyan en medida mucho mayor al adelanto de la mujer.

162. Ha aumentado el número de mujeres que hacen carrera en el sector de las comunicaciones, pero son pocas las que han llegado a ocupar puestos en los que tengan poderes de decisión o que formen parte de juntas directivas y órganos que influyan en la política de los medios de difusión. La falta de sensibilidad de éstos ante el problema de las desigualdades entre los sexos se manifiesta en el

hecho de que no se haya logrado erradicar los estereotipos sexuales que divulgan normalmente las organizaciones de difusión públicas y privadas, locales, nacionales e internacionales.

163. Hay que suprimir la proyección constante de imágenes negativas y degradantes de la mujer en los medios de difusión, sean electrónicos, impresos, visuales o sonoros. Los medios impresos y electrónicos de la mayoría de los países no ofrecen una imagen equilibrada de los diversos estilos de vida de las mujeres y de su aportación a la sociedad en un mundo en evolución. Además, los productos violentos y degradantes o pornográficos [también perjudican] [pueden perjudicar también] a la mujer y su participación en la sociedad. Los programas que insisten en presentar a la mujer en sus papeles tradicionales pueden ser igualmente perjudiciales. La tendencia mundial al consumismo ha creado un clima en el que los anuncios y mensajes comerciales presentan a la mujer sobre todo como consumidora y se dirigen a las muchachas y a las mujeres de todas las edades en forma inapropiada.

164. Debería potenciarse el papel de la mujer mejorando sus conocimientos teóricos y prácticos y su acceso a la tecnología de la información, lo que aumentaría su capacidad de luchar contra la imagen negativa que de ella se ofrece a escala internacional y de oponerse a los abusos de poder de una industria cada vez más importante. Hay que instaurar mecanismos de autorregulación en los medios de difusión y fortalecerlos, así como idear métodos para erradicar los programas que adolecen de prejuicios sexuales [y limitar el control y la influencia excesivos de las empresas transnacionales]. La mayoría de las mujeres, sobre todo en los países en desarrollo, carecen de acceso efectivo a las infopistas electrónicas, que están en vías de expansión y, por lo tanto, no pueden crear redes que les ofrezcan nuevas fuentes de información. Así pues, es necesario que las mujeres intervengan en la adopción de las decisiones que afectan al desarrollo de las nuevas tecnologías, a fin de participar plenamente en su expansión y en el control de su influencia.

164 bis. Al abordar el problema de la movilización de los medios de difusión, los gobiernos y demás agentes sociales deberían fomentar una política activa y visible consistente en adoptar, con carácter general, una perspectiva de igualdad entre los sexos en sus políticas y programas.

Objetivo estratégico J.1. Aumentar el acceso de la mujer a la expresión de sus ideas y a la adopción de decisiones en los medios de difusión y por conducto de ellos, así como a las nuevas tecnologías de comunicación

Medidas que han de adoptarse:

165. Medidas que han de adoptar los gobiernos:

-) Fomentar la educación, la capacitación y el empleo de la mujer a fin de [garantizarle un mayor] [favorecer su igual] acceso a todas las esferas y niveles de los medios de difusión;

-) Fomentar la investigación de todos los aspectos de la imagen de la mujer en los medios de difusión para determinar las esferas que requieren atención y aplicación de medidas y examinar las actuales políticas de difusión para hacerlas receptivas al problema de las desigualdades entre los sexos;
- a) Promover la participación [plena y] equitativa de la mujer en los medios de difusión, incluida la participación en la gestión, la producción de programas, la educación, la capacitación y la investigación;
- b) Procurar que se distribuyan equitativamente los nombramientos de mujeres y hombres en todos los órganos consultivos, de gestión, de reglamentación o de supervisión relacionados con los medios de difusión privados y estatales o públicos;
- b) bis Alentar a esos órganos, en la medida en que ello no atente contra la libertad de expresión, a que aumenten el número de programas destinados a la mujer, y realizados por mujeres, y a velar por que las necesidades y los problemas de la mujer se traten en forma apropiada;
- c) Estimular y reconocer las redes de comunicación de mujeres, entre ellas las redes electrónicas y otras nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación, como medio para la difusión de información y el intercambio de ideas, tanto en el plano nacional como internacional, y prestar apoyo a los grupos de mujeres que participan en todos los ámbitos de los medios de difusión y de los sistemas de comunicación a esos fines;
- Nuevo d) [Alentar la utilización creativa de las formas culturales autóctonas en los medios de difusión para divulgar información sobre cuestiones sociales y de desarrollo, y proporcionar los medios para que así sea, y fomentar el desarrollo de los medios de difusión y de la programación en el plano local;]
- f) Garantizar la libertad de los medios de difusión y su protección dentro del marco de la legislación nacional y alentar la participación positiva de los medios de difusión en las cuestiones sociales y de desarrollo;

165 bis. Medidas que han de adoptar los sistemas de difusión nacionales e internacionales:

-) Elaborar, en la medida en que no atente contra la libertad de expresión, mecanismos normativos, incluidos los voluntarios, que permitan a los sistemas de comunicaciones internacionales y a los medios de difusión dar una imagen equilibrada y diferenciada de la mujer y que fomenten una mayor participación del hombre y la mujer en la producción y en la adopción de decisiones.

166. Medidas que han de adoptar los gobiernos, según proceda, o los mecanismos nacionales para el adelanto de la mujer:

/...

- a) Fomentar la organización de programas de educación y capacitación de la mujer a fin de que se prepare información destinada a los medios de difusión, incluida la financiación de actividades experimentales y la utilización de nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación, a la cibernética, y a la comunicación espacial y por satélite, ya sea en la esfera pública o privada;
- a) bis Alentar la utilización de los sistemas de comunicación, incluidas las nuevas tecnologías, como medio de fortalecer la participación de la mujer en los procesos democráticos;
- b) Facilitar la recopilación de una lista de especialistas en los medios de difusión en cuestiones relacionadas con la mujer;
- c) Alentar la participación de la mujer en la elaboración de [directrices profesionales y códigos de conducta] [mecanismos normativos apropiados] para fomentar una imagen equilibrada y [no estereotipada] de la mujer en los medios de difusión.

167. Medidas que han de adoptar las organizaciones no gubernamentales y las asociaciones profesionales de difusión:

- a) Estimular la creación de grupos de control que puedan vigilar a los medios de difusión, y celebrar consultas con ellos a fin de velar por que las necesidades y los problemas de la mujer se reflejen en forma apropiada;
- b) [Tener en cuenta] Capacitar a la mujer para que pueda utilizar mejor la tecnología de la información aplicada a la comunicación y a los medios de difusión;
- c) Crear redes entre las organizaciones no gubernamentales, las organizaciones femeninas y las organizaciones de difusión profesionales, y elaborar programas de información para esas organizaciones, a fin de que se reconozcan las necesidades concretas de la mujer en los medios de difusión, y facilitar la comunicación, en particular en el plano internacional, en apoyo del diálogo Sur-Sur y Norte-Norte entre esas organizaciones;
- d) [Alentar a la industria de los medios de difusión y a las instituciones de enseñanza y de capacitación en materia de medios de difusión a que elaboren, en los idiomas apropiados, formas de difusión destinadas a los grupos tradicionales y autóctonos y a otros grupos étnicos, tales como la narración, el teatro, la poesía y el canto, y utilizar esas formas de comunicación para difundir información sobre cuestiones sociales y de desarrollo;]

Objetivo estratégico J.2. Fomentar una imagen [positiva] [equilibrada y no estereotipada] de la mujer en los medios de difusión

Medidas que han de adoptarse

168. Medidas que han de adoptar los gobiernos y las organizaciones internacionales, en la medida en que no atenten contra la libertad de expresión:

- a) Fomentar la investigación y la aplicación de una estrategia de información, educación y comunicación orientada a estimular la presentación de una imagen equilibrada de las mujeres y las niñas y de las múltiples funciones que desempeñan;
- b) Alentar a los medios de difusión y a los organismos de publicidad a que elaboren programas especiales para fomentar el interés por la Plataforma de Acción;
- Nuevo d) Fomentar la capacitación que tenga en cuenta las diferencias entre el hombre y la mujer para los profesionales de los medios de difusión, incluidos los propietarios y los administradores, a fin de alentar la creación y la utilización de imágenes [positivas] [no estereotipadas] de la mujer en los medios de difusión;
- d) bis [Alentar a los medios de difusión a que se abstengan de ser un instrumento para presentar a la mujer como un ser inferior que puede ser explotado como objeto sexual y bien de consumo y no como un ser creativo, agente principal, contribuyente y beneficiario del proceso de desarrollo;]
- Nuevo e) Fomentar la idea de que los estereotipos sexistas que se presentan en los medios de difusión son discriminatorios para la mujer, degradantes y ofensivos;
- Nuevo f) Adoptar medidas efectivas, que incluyan normas legislativas pertinentes, contra la pornografía y la proyección de programas en los que se muestren escenas de violencia contra mujeres y niños en los medios de difusión.

169. Medidas que han de adoptar los medios de información de masas y las organizaciones de publicidad:

- a) Elaborar [mecanismos apropiados de control] [directrices profesionales y códigos de conducta] y otras formas de autocontrol para fomentar la presentación de imágenes no estereotipadas de la mujer;
- b) [Establecer directrices profesionales y códigos de conducta que se ocupen de la violencia y los materiales degradantes o pornográficos sobre la mujer en los medios de información, incluso en la publicidad;]
- c) Elaborar una perspectiva femenina acerca de todas las cuestiones de interés para las comunidades, los consumidores y la sociedad civil;

/...

- a) bis Aumentar la participación de la mujer en la toma de decisiones en los medios informativos a todos los niveles.

170. Medidas que han de adoptar los medios de información, las organizaciones no gubernamentales y el sector privado, en colaboración, donde corresponda, con los mecanismos nacionales encargados de la promoción de la mujer:

- a) Fomentar la participación en pie de igualdad en las responsabilidades familiares, mediante campañas en los medios de difusión, [que hagan hincapié en la igualdad de los sexos y en versiones no estereotipadas de los papeles del hombre y la mujer, dentro de la familia], y que difundan información tendiente a eliminar el abuso doméstico de cónyuges y niños y todas las formas de violencia contra la mujer incluso la violencia en el hogar;
- b) Producir y/o difundir materiales en los medios de difusión sobre la mujer como dirigente, entre otras cosas [como madre solícita y guía de una familia feliz] como administradora y empresaria, para servir de modelo, particularmente para las mujeres jóvenes;
- b) bis Fomentar campañas de amplio alcance que utilicen los programas de educación pública y privada para difundir información sobre los derechos humanos de la mujer [sobre los derechos de la mujer según los instrumentos internacionales de derechos humanos] con miras a fomentar la conciencia acerca de sus derechos humanos;
- c) [Brindar apoyo al desarrollo de nuevos medios optativos y la utilización de todas las formas de comunicación para difundir la información dirigida a la mujer y sobre la mujer y sus intereses.] [Elaborar y financiar nuevos medios alternativos y utilizar todos los medios de comunicación para difundir la información dirigida a la mujer y sobre las cuestiones que atañen a la mujer o que sean de su interés.]
- c) bis Elaborar criterios y capacitar a expertas para que apliquen el análisis del punto de vista femenino a los programas de los medios de difusión.
