

DOS GRANDES OBJETIVOS



La sección J denominada **La mujer y los medios de difusión** está contenida dentro del Capítulo IV de la Plataforma de Acción Mundial (Beijing 1995). Los objetivos estratégicos que ahí se plantean son los siguientes:

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

J.2. Fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión.

Estos dos grandes objetivos contienen una serie de medidas que se comprometieron a cumplir los gobiernos, medios de comunicación en general, ONG, sector privado, organizaciones internacionales y agencias de publicidad. A continuación mencionamos algunas de esas medidas.

Primer objetivo. Mayor participación

Medidas que han de adoptar los gobiernos:

- Fomentar la educación, la capacitación y el empleo de la mujer a fin de promover y asegurar 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 acción y examinar las actuales políticas de difusión con miras a integrar una perspectiva de género.
- Estimular y reconocer a 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, incluso en el plano internacional, y brindar apoyo a los grupos de mujeres que participen en todos los ámbitos de los medios de difusión y de los sistemas de comunicación a ese efecto.

- Garantizar la libertad de los medios de difusión y su protección subsiguiente dentro del marco del derecho nacional y alentar, de manera compatible con la libertad de expresión, la participación positiva de los medios de difusión en las cuestiones sociales y de desarrollo.

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

- Elaborar, en la medida en que ello no atente contra la libertad de expresión, mecanismos reglamentarios, incluidos los voluntarios, que permitan a los sistemas de comunicaciones internacionales y a los medios de difusión presentar una imagen equilibrada y diferenciada de la mujer y que fomenten una mayor participación de la mujer y el hombre en las esferas de la producción y la adopción de decisiones.

Medidas que han de adoptar los mecanismos nacionales: Oficinas y/o Ministerios de la Mujer:

- 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.
- Facilitar la compilación de una lista de especialistas en los medios de difusión en cuestiones relacionadas con la mujer.
- Alentar la participación de la mujer en la elaboración de directrices profesionales y códigos de conducta u otros mecanismos apropiados de autorregulación para fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión.

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

- Estimular la creación de grupos de control que puedan vigilar a los medios de difusión y celebrar consultas con ellos a fin de velar para que las necesidades y los problemas de la mujer se reflejen en forma apropiada.
- Capacitar a la mujer para que pueda utilizar mejor la tecnología de la información aplicada a la comunicación y a los medios de difusión, incluso en el plano internacional.
- Crear redes entre las organizaciones no gubernamentales, las organizaciones de mujeres 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 una mayor participación de la mujer en la comunicación, en particular en el plano internacional, en apoyo del diálogo Sur-Sur y Norte-Norte entre esas organizaciones con miras, entre otras cosas, a promover los derechos humanos de la mujer y la igualdad entre mujer y hombre.

Segundo objetivo. Imágenes equilibradas

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

- Fomentar una capacitación que tenga en cuenta los aspectos relacionados con el género 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 no estereotipadas, equilibradas y diferenciadas de la mujer en los medios de difusión.
- Alentar a los medios de difusión a que se abstengan de presentar a la mujer como un ser inferior y de explotarla como objeto sexual de consumo, y en su lugar presentarla como un ser humano creativo, agente principal, contribuyente y beneficiaria del proceso de desarrollo.
- Fomentar la idea de que los estereotipos sexistas que se presentan en los medios de difusión son discriminatorios para la mujer, degradantes y ofensivos.

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

- 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.
- 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.
- Aumentar la participación de la mujer en la adopción de decisiones en los medios de información en todos los niveles.

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

- 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 género y en la exclusión de los estereotipos basados en el género de los papeles que desempeñan las mujeres y los hombres 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.
- Fomentar campañas de amplio alcance que utilicen los programas de educación pública y privada para difundir información y fomentar la conciencia acerca de los derechos humanos de la mujer.
- Apoyar el desarrollo de nuevos medios optativos y la utilización de todas las formas de comunicación, y proporcionar financiación, según proceda, para difundir la información dirigida a la mujer y sobre la mujer y sus intereses.

Fuente:

Naciones Unidas. *Plataforma de Acción*, Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, 1995.

Editado y condensado por *Perspectivas*.