



2021 – Año de homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Proyecto de Ley

El Senado y la Cámara de Diputados de la Nación reunidos en Congreso...

SANCIONAN

APLICACIÓN DE LA LEY 27.499 “LEY MICAELA” EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Artículo 1°.- Los propietarios y el personal - jerárquico y no jerárquico - de los medios de comunicación inscriptos en el Registro Nacional de Proveedores de Publicidad Oficial, dependiente de la Secretaría de Comunicación Pública de la Jefatura de Gabinete de Ministros de la Nación están obligados a recibir la capacitación obligatoria en las temáticas de género y violencia contra las mujeres prevista en la Ley N°27.499 - ley Micaela -.

Artículo 2°.- El Poder Ejecutivo Nacional determinará la autoridad de aplicación de la presente ley, la que arbitrará los medios necesarios para el cumplimiento las capitaciones correspondientes.

Artículo 3°.- Invítase a los gobiernos provinciales y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a adherir a la presente ley.

Artículo 4°.- Comuníquese al Poder Ejecutivo Nacional.



2021 – Año de homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Fundamentos

Sr. Presidente:

Los servicios de comunicación audiovisual desempeñan un rol fundamental en el proceso de creciente visibilización de los distintos tipos y modalidades de violencias que se ejercen contra las mujeres.

En la Conferencia Mundial de Mujeres de Beijing de 1995, los Estados Miembros de las Naciones Unidas reconocieron el importante papel que cumplen los medios de comunicación en el cambio de los estereotipos de género que influyen en nuestra forma de pensar y actuar. De hecho, consideraron que las mujeres y los medios de comunicación debían ser una de las 12 esferas de especial preocupación de la Plataforma de Acción de Beijing, e instaron a los medios de comunicación del mundo a intensificar su apoyo a las mujeres.

Un proyecto de investigación de ONU Mujeres en el que participaron más de 100 países, reveló que el 46% de las noticias –tanto en medios impresos como en la televisión– promueven los estereotipos de género. Solamente el 6% hace hincapié en la igualdad de género. Según otro estudio mundial que abarca 522 organizaciones de medios de noticias, los hombres ocupan el 73% de los altos cargos directivos en el sector.

Si bien en todas las noticias encontramos en diferentes partes términos como "violencia de género", "violencia contra la mujer" o "femicidio", el tratamiento periodístico recae en una serie de lugares comunes, estereotipos de género anticuados que no contribuyen a modificar la estructura de las relaciones desiguales de género.

Las construcciones de las noticias relativas a violencia contra las mujeres en razón de su género han alcanzado una mejora en cuanto a que la problemática ingresó a la agenda política y tiene mayor visibilidad social. No obstante, que títulos como "crimen pasional" ya no se utilizan, no se vislumbra una real mejora en el tratamiento de las noticias, perdurando aún expresiones como "tuvo sexo con la hija de 14 años" cuando claramente se debe consignar que se trata de un abuso sexual y corrupción de menor, dada la edad de la mujer damnificada.

Los medios deben contribuir a la difusión y sensibilización social de la problemática, a la divulgación de las leyes y convenciones existentes a nivel local e internacional - con rango constitucional en Argentina- en materia de prevención y erradicación de la violencia contra las mujeres, a la puesta en evidencia del carácter colectivo y extendido de la violencia contra las mujeres, a la construcción de conocimiento social sobre el tema basado en la comprensión de los derechos y en la



2021 – Año de homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

indagación crítica de las racionalidades y lógicas que exceden el caso individual, a la difusión de información útil y relevante, como los datos de organismos y organizaciones que proveen asistencia en la problemática, y a la profundización del conocimiento sobre la temática a través de la discusión con expertos/as.

La realización de estos objetivos requiere de la adecuada y permanente capacitación de quienes trabajan en la comunicación audiovisual porque son permanentes formadores de opinión pública.

En este sentido, este proyecto pretende constituir una herramienta para el desarrollo de prácticas periodísticas que privilegien la responsabilidad social que la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual les asigna a los medios y que, en consecuencia, sirvan también para la formación y reflexión crítica de las audiencias en tanto sujeto de derechos.

La comunicación con enfoque de género no es simplemente escribir, informar, ni hablar sólo sobre mujeres. Se trata de entender el género como categoría de análisis transversal en todo el proceso comunicativo; es decir, que toda la información, la totalidad de los temas en las diferentes secciones, sean tratados con perspectiva de género.

Por todo lo expuesto solicito a mis colegas el acompañamiento en este proyecto de ley.