



Comisión Especial de Delitos Cometidos por Razones de Género

OPINIÓN RESPECTO AL PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE EXHORTA AL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES Y AL CONSEJO NACIONAL PARA PREVENIR LA DISCRIMINACIÓN, A COMBATIR LA VIOLENCIA Y DISCRIMINACIÓN DE GÉNERO QUE SE PRESENTA EN LA PUBLICIDAD COMERCIAL Y QUE SE DIFUNDE A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

OPINIÓN QUE EMITE LA COMISIÓN ESPECIAL DE DELITOS COMETIDOS POR RAZONES DE GÉNERO RESPECTO AL PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE EXHORTA AL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES Y AL CONSEJO NACIONAL PARA PREVENIR LA DISCRIMINACIÓN, A COMBATIR LA VIOLENCIA Y DISCRIMINACIÓN DE GÉNERO QUE SE PRESENTA EN LA PUBLICIDAD COMERCIAL Y QUE SE DIFUNDE A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

HONORABLE ASAMBLEA:

A la Comisión Especial de Delitos Cometidos por Razones de Género fue turnada para su opinión el Punto de Acuerdo por el que se exhorta al Instituto Federal de Telecomunicaciones y al Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación, a combatir la violencia y discriminación de género que se presenta en la publicidad comercial y que se difunde a través de medios de comunicación, presentado por la diputada Verónica Delgadillo García, del Grupo Parlamentario de Movimiento Ciudadano.

La Comisión Especial de Delitos Cometidos por Razones de Género, con fundamento en los artículos 39 y 45 numeral 6 incisos e), f) de la Ley Orgánica del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, así como con los artículos 88 y 93 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, emite opinión, la cual se realiza de acuerdo con la siguiente:

METODOLOGÍA

- I. En el capítulo "**ANTECEDENTES**" se da constancia del trámite de inicio del proceso legislativo, del recibo de turno para la Opinión de referida Proposición y de los trabajos previos de la Comisión.



Comisión Especial de Delitos Cometidos por Razones de Género

OPINIÓN RESPECTO AL PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE EXHORTA AL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES Y AL CONSEJO NACIONAL PARA PREVENIR LA DISCRIMINACIÓN, A COMBATIR LA VIOLENCIA Y DISCRIMINACIÓN DE GÉNERO QUE SE PRESENTA EN LA PUBLICIDAD COMERCIAL Y QUE SE DIFUNDE A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- II. En el capítulo correspondiente a "**CONTENIDO DE LA PROPOSICIÓN**", se exponen los motivos y alcance de la propuesta en estudio, asimismo, se hace una breve referencia de los temas que la componen.
- III. En el capítulo de "**CONSIDERACIONES**", la Comisión expresa los argumentos de valoración de la propuesta y los motivos que sustentan la opinión de la Proposición en análisis.

I. ANTECEDENTES

En Sesión celebrada con fecha 23 de marzo de 2017 por la Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión, se presentó Proposición con Punto de Acuerdo por el que se exhorta a la SEGOB y el CONAPRED a combatir la violencia y discriminación de género presentes en publicidad comercial difundida en medios de comunicación, presentado por la diputada Verónica Delgadillo García, del Grupo Parlamentario de Movimiento Ciudadano.

Con esa misma fecha, mediante oficio No. DGPL- 63-II-1-2030 del expediente 6141 que contiene la Proposición de referencia, la Mesa Directiva de la Cámara de Diputados, la turnó a la Comisión de Igualdad de Género, para dictamen, y a la Comisión Especial de Delitos Cometidos por Razones de Género, para opinión.

II. CONTENIDO DE LA PROPOSICIÓN

La promovente señala que el contenido en los distintos medios de comunicación, principalmente el que se encuentra en la publicidad comercial, es un claro ejemplo de este fenómeno que genera indiferencia



Comisión Especial de Delitos Cometidos por Razones de Género

OPINIÓN RESPECTO AL PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE EXHORTA AL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES Y AL CONSEJO NACIONAL PARA PREVENIR LA DISCRIMINACIÓN, A COMBATIR LA VIOLENCIA Y DISCRIMINACIÓN DE GÉNERO QUE SE PRESENTA EN LA PUBLICIDAD COMERCIAL Y QUE SE DIFUNDE A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ante la violencia y discriminación en contra de las mujeres, pero también en contra de los hombres, ya que a través de la publicidad sexista se sigue perpetrando un tipo de violencia “invisible”.

Precisa además que el marco jurídico mexicano aparentemente cuenta con las instituciones y ordenamientos indispensables para combatir todo tipo de violencia y discriminación, especialmente aquella en contra de la mujer, señala que se cuenta con disposiciones particulares que procuran vigilar que los medios de comunicación no promuevan contenido estereotipado de mujeres y hombres.

De igual forma, cita instrumentos internacionales que disponen la obligación del Estado Mexicano para emitir lineamientos a efecto de que los medios de comunicación fomenten los principios de igualdad y no discriminación.

Argumenta la autora de la proposición que a pesar de encontrarse previamente establecidos los derechos de las mujeres para combatir todo tipo de violencia y discriminación, ya sea a nivel nacional e internacional, basta con poner atención en la inmensa mayoría de publicidad comercial que se difunde a través de televisión, radio o impresos, para darnos cuenta que prevalece una objetivación de la mujer, cosificándola, y utilizando su cuerpo solo para vender un producto ajeno a la propia estrategia publicitaria y que la publicidad que reafirma estereotipos y roles de mujeres y hombres únicamente alienta a continuar con los mismos prejuicios sociales de inferioridad de la mujer ante el hombre, y que la mujer se encuentra condenada por “naturaleza” a llevar una vida al servicio del hombre y de la familia, por lo que formula la siguiente proposición con Punto de Acuerdo:



Comisión Especial de Delitos Cometidos por Razones de Género

OPINIÓN RESPECTO AL PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE EXHORTA AL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES Y AL CONSEJO NACIONAL PARA PREVENIR LA DISCRIMINACIÓN, A COMBATIR LA VIOLENCIA Y DISCRIMINACIÓN DE GÉNERO QUE SE PRESENTA EN LA PUBLICIDAD COMERCIAL Y QUE SE DIFUNDE A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

“Primero. Con fundamento en lo establecido por la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión en materia de defensa de las audiencias, se exhorta al Instituto Federal de Telecomunicaciones a vigilar que la publicidad comercial no contenga conductas o situaciones que promuevan la desigualdad entre mujeres y hombres, así como a sancionar aquella que fomente algún tipo de violencia de género, como es el caso de la publicidad sexista que sólo reafirma estereotipos y roles de mujeres y hombres

Segundo. Con fundamento en lo establecido por la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, por la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, por la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación, y de conformidad a lo establecido por la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer y en la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia Contra la Mujer, se exhorta al Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación a realizar las recomendaciones necesarias hacia los medios de comunicación que transmitan contenido con violencia de género, mejor conocida como publicidad sexista.”

III. CONSIDERACIONES

1. Las integrantes de la Comisión Especial de Delitos Cometidos por Razones de Género, coincidimos con los argumentos expuestos por la promovente en que persisten aún prácticas en los medios de información que fomentan la discriminación y no abonan en el principio de igualdad entre mujeres y hombres, además expresan que tienen un poder reproductor de los roles tradicionales de género, a pesar de que tendrían la posibilidad de ser transformadores sociales para la generación de una cultura de igualdad en todos los



Comisión Especial de Delitos Cometidos por Razones de Género

OPINIÓN RESPECTO AL PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE EXHORTA AL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES Y AL CONSEJO NACIONAL PARA PREVENIR LA DISCRIMINACIÓN, A COMBATIR LA VIOLENCIA Y DISCRIMINACIÓN DE GÉNERO QUE SE PRESENTA EN LA PUBLICIDAD COMERCIAL Y QUE SE DIFUNDE A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ámbitos posibles.

2. Este órgano legislativo refiere que, a pesar de la demanda por erradicar los estereotipos de género, así como la colocación de las mujeres como instrumentos, cosificándolas para diversos efectos mediáticos, ya sea por motivos comerciales de consumo o para el discurso y posicionamiento político, hay pocos avances respecto de las representaciones de la mujer en la publicidad y en las noticias en el contexto diverso.

Ante ello se podría argumentar que se trata de la indiferencia e ignorancia de quienes tienen el poder de decisión sobre la programación, contenidos y editoriales, pero es importante señalar que atrás de cada imagen, voz y página se tienen posicionamientos ideológicos, que pueden pasar inadvertidos por la población, resultando mecanismos eficaces de dominación y poder.

3. En cualquier horario, tanto en la radio como en la televisión, es altamente probable que se encuentre el rol de los hombres asociados al poder y al ámbito público, en tanto que el rol de las mujeres sigue vinculado al ámbito doméstico y privado, como cuidadoras y responsables únicas de la atención familiar.

Por citar unos ejemplos, se señalan los siguientes:

- ✓ El detergente Ariel, al incorporarse al tema del fútbol empleó el slogan “la verde impecable” seguido de ¿Quién crees que lava la ropa? presentando a un “jurado” de mujeres de la tercera edad que determina si la camisa de la selección de futbol mexicana está “impecable”



Comisión Especial de Delitos Cometidos por Razones de Género

OPINIÓN RESPECTO AL PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE EXHORTA AL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES Y AL CONSEJO NACIONAL PARA PREVENIR LA DISCRIMINACIÓN, A COMBATIR LA VIOLENCIA Y DISCRIMINACIÓN DE GÉNERO QUE SE PRESENTA EN LA PUBLICIDAD COMERCIAL Y QUE SE DIFUNDE A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- ✓ La cerveza Tecate reproduce el estereotipo de hombres boxeadores que corrigen el comportamiento de otros hombres en la vida cotidiana, para volverlos rudos, con el uso del eslogan “Te hace falta ver más box”
 - ✓ El desodorante Axe difunde campañas con un rasgo característico, las mujeres no pueden evitar sentirse atraídas sexualmente hacia quien usa el producto.
 - ✓ El supermercado La Comer, a través de actrices de telenovelas hacen referencia a esta tienda como fuente de aprendizaje para la vida de casada, de mujer de hogar, recibiendo consejos de otras mujeres para aprovechar las ofertas que su hogar necesita.
 - ✓ En el marco del Día Internacional de la Mujer, la empresa DKT difundió su campaña #PonteunDIU, en la que hombres les pedían a las mujeres que usarán este método anticonceptivo.
4. Por dimensionar la problemática, esta Comisión menciona un análisis del Centro de Estudios, Difusión, Investigación y Desarrollo A.C. de 40 anuncios gubernamentales en el año 2013 donde detectaron los siguientes datos:
- ✓ En el 100% de los anuncios grabados la voz era masculina.
 - ✓ Los hombres fueron protagonistas en 84% de los anuncios.
 - ✓ En el caso del Gobierno de la República las mujeres aparecen vinculadas a la pobreza y pobreza extrema, (resalta que en el



Comisión Especial de Delitos Cometidos por Razones de Género

OPINIÓN RESPECTO AL PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE EXHORTA AL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES Y AL CONSEJO NACIONAL PARA PREVENIR LA DISCRIMINACIÓN, A COMBATIR LA VIOLENCIA Y DISCRIMINACIÓN DE GÉNERO QUE SE PRESENTA EN LA PUBLICIDAD COMERCIAL Y QUE SE DIFUNDE A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

spot de SEDESOL, 89% de las jefas de familia que aparecen cuidan a hijos varones, y sólo 11% a niñas)

- ✓ Las mujeres aparecen vinculadas a la maternidad y al trabajo doméstico y los hombres en ambientes abiertos y realizando trabajo o acciones públicas de oficina, calle o campo.
- ✓ El 100% de los spots el lenguaje fue excluyente.

Además, de acuerdo al documento *Publicidad con equidad. Manual de sensibilización para incorporar la perspectiva de género en las campañas del gobierno federal*, del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, en México el 75% de las campañas publicitarias financiadas por el gobierno federal en 2010 incluye contenidos sexistas que invisibilizan a la mujer o le asignan estereotipos. Dicho organismo ha referido que los mensajes gubernamentales tienen una amplia difusión y penetración, por lo que deben comunicarse en un marco de respeto irrestricto hacia los derechos humanos de todas las personas y, desde luego, estar apegados a la normatividad vigente que señala la obligatoriedad de evitar tanto los estereotipos sexistas como la violencia de género y la discriminación en cualquiera de sus tipos y modalidades.

5. Ante ese escenario, esta Comisión manifiesta que incorporar la perspectiva de género en los medios de comunicación implica un reaprendizaje en las prácticas de producción, elaboración y emisión de la información. No es escribir, informar y hablar sólo sobre mujeres, de lo que se trata es de añadir una nueva categoría al análisis de la realidad para la construcción del discurso comunicativo. Como lo refiere el Manual de Género para Periodistas del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo:



Comisión Especial de Delitos Cometidos por Razones de Género

OPINIÓN RESPECTO AL PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE EXHORTA AL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES Y AL CONSEJO NACIONAL PARA PREVENIR LA DISCRIMINACIÓN, A COMBATIR LA VIOLENCIA Y DISCRIMINACIÓN DE GÉNERO QUE SE PRESENTA EN LA PUBLICIDAD COMERCIAL Y QUE SE DIFUNDE A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

“Se trata de entender el género como categoría de análisis transversal en todo el proceso comunicativo, es decir, que toda la información, todos los temas en las diferentes secciones, sean tratados con perspectiva de género... Se trata también de posicionar temáticas propias de las “agendas de género” que afectan a toda la sociedad para que éstas dejen de ser “asuntos de mujeres” y, así, evidenciar causas y consecuencias de la desigualdad de género en la sociedad”.

6. La función social de los medios de información es indiscutible, en ellos se reflejan nuestras identidades, nuestra cultura, nuestra ideología. Por ello es indispensable que los medios de información difundan los derechos humanos y los valores propios de éstos; además que las autoridades, en usos de sus facultades, promuevan que los principios de igualdad y no discriminación se vean reflejados en los contenidos que se difundan por esos instrumentos, por lo que se sugiere aprobar la Proposición de referencia con la siguiente redacción propuesta, en un ánimo de colaboración entre poderes para atender esta problemática:

Único. La Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, con pleno respeto a la división de Poderes, exhorta al Poder Ejecutivo Federal, a través del Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación y al Instituto Federal de Telecomunicaciones, para que en el ámbito de sus competencias y atribuciones, promuevan que los medios de información se erradique la reproducción de roles y estereotipos que ahondan en la discriminación y desigualdad por cuestiones de género y se elimine la denominada publicidad sexista de sus contenidos.



Comisión Especial de Delitos Cometidos por Razones de Género

OPINIÓN RESPECTO AL PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE EXHORTA AL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES Y AL CONSEJO NACIONAL PARA PREVENIR LA DISCRIMINACIÓN, A COMBATIR LA VIOLENCIA Y DISCRIMINACIÓN DE GÉNERO QUE SE PRESENTA EN LA PUBLICIDAD COMERCIAL Y QUE SE DIFUNDE A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Por las consideraciones antes expuestas, la Comisión Especial de Delitos Cometidos Por Razones de Género emite la siguiente:

OPINIÓN RESPECTO AL PUNTO DE ACUERDO AL PUNTO DE ACUERDO RESPECTO AL PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE EXHORTA AL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES Y AL CONSEJO NACIONAL PARA PREVENIR LA DISCRIMINACIÓN, A COMBATIR LA VIOLENCIA Y DISCRIMINACIÓN DE GÉNERO QUE SE PRESENTA EN LA PUBLICIDAD COMERCIAL Y QUE SE DIFUNDE A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ÚNICO. Se estima procedente la Proposición con Punto de Acuerdo por el que se exhorta al Instituto Federal de Telecomunicaciones y al Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación, a combatir la violencia y discriminación de género que se presenta en la publicidad comercial y que se difunde a través de medios de comunicación, con las observaciones contenidas en la presente Opinión sujetas a la consideración de la dictaminadora para el trámite legislativo correspondiente.

**Palacio Legislativo de San Lázaro,
a los 25 días del mes de abril de 2017.**



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

Comisión Especial de Delitos Cometidos por Razones de Género

Palacio Legislativo de San Lázaro, 25 de abril de 2017.

Segunda Reunión Ordinaria

Patio Sur Edif. "B" – 10:00 hrs.

OPINIÓN QUE EMITE LA COMISIÓN ESPECIAL DE DELITOS COMETIDOS POR RAZONES DE GÉNERO RESPECTO AL PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE EXHORTA AL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES Y AL CONSEJO NACIONAL PARA PREVENIR LA DISCRIMINACIÓN, A COMBATIR LA VIOLENCIA Y DISCRIMINACIÓN DE GÉNERO QUE SE PRESENTA EN LA PUBLICIDAD COMERCIAL Y QUE SE DIFUNDE A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

DIPUTADA	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
Maricela Contreras Julián Presidenta			
Patricia García García Secretaria			
María Concepción Valdés Ramírez Secretaria	María Concepción Valdés R.		
Mariana Benítez Tiburcio Integrante			
Carmen Victoria Campa Almaral Integrante			
Mayra Angélica Enríquez Vanderkam Integrante	Mayra Angélica Enríquez Vanderkam		
Ernestina Godoy Ramos Integrante			
Delia Guerrero Coronado Integrante	Delia Guerrero Coronado		



Comisión Especial de Delitos Cometidos por Razones de Género

CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

Palacio Legislativo de San Lázaro, 25 de abril de 2017.

Segunda Reunión Ordinaria

Patio Sur Edif. "B" – 10:00 hrs.

OPINIÓN QUE EMITE LA COMISIÓN ESPECIAL DE DELITOS COMETIDOS POR RAZONES DE GÉNERO RESPECTO AL PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE EXHORTA AL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES Y AL CONSEJO NACIONAL PARA PREVENIR LA DISCRIMINACIÓN, A COMBATIR LA VIOLENCIA Y DISCRIMINACIÓN DE GÉNERO QUE SE PRESENTA EN LA PUBLICIDAD COMERCIAL Y QUE SE DIFUNDE A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Nombre	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
Genoveva Huerta Villegas Integrante			
Liliana Ivette Madrigal Méndez Integrante			
María Candelaria Ochoa Avalos Integrante			
Araceli Saucedo Reyes Integrante			