

Los medios de comunicación frente a la violencia contra las mujeres y las niñas

Dra. Aimée Vega Montiel¹
Programa de Investigación Feminista
CEIICH-UNAM

Introducción

La violencia contra las mujeres no es producto de la imaginación ni tampoco se trata de una situación excepcional. Constituye un problema que padecen todas las mujeres en alguno o todos sus ciclos de vida. Constituye el principal obstáculo para la realización de sus derechos humanos.

Numerosas investigaciones desarrolladas por organismos nacionales e internacionales, universidades, instituciones de gobierno y legislaturas, evidencian que las distintas formas de violencia contra las mujeres se manifiestan en todo el mundo. Mujeres de todas las nacionalidades, niveles económicos, educativos y edades, parecen compartir una experiencia que viene determinada por su género: la discriminación y la violencia. No importa el país, entorno social, económico, cultural o político particular cuando se identifican los golpes, las humillaciones, el hostigamiento, el abuso sexual y el control económico se trata: es un denominador común en la experiencia vivida de TODAS. Así, aunque la violencia contra las mujeres se exprese de formas muy variadas, de acuerdo al contexto y a los diversos medios que sean empleados para ejecutarla, es posible identificar indicadores comunes que permiten aseverar que se trata de un problema universal.

Ante la evidencia de este problema estructural, cada vez son más las voces que, provenientes de distintos ámbitos –académico, social, político, cultural, económico–, se levantan en aras de eliminar todas las formas de violencia que se ejercen contra las mujeres. En este sentido, los datos derivados de numerosas investigaciones,

¹ Doctora en Ciencias de la Comunicación. Investigadora Titular del CEIICH de la UNAM.

revelan que en México son muchas y múltiples las formas mediante las cuales se violenta la integridad física, psicológica, sexual, patrimonial y económica de las mujeres, lo que nos ha dado la posibilidad de dimensionar la magnitud de este problema.

Uno de los puntos centrales en el debate de soluciones, tiene que ver con la adopción de medidas necesarias en el ámbito de la educación para eliminar los prejuicios y las prácticas consuetudinarias que, basadas en la idea de la inferioridad de las mujeres y de la superioridad de los hombres, contribuyen a la reproducción de este problema. En este sentido, es preciso señalar que los medios de comunicación, y en especial la televisión, son vías de educación que tienen una responsabilidad central en la reproducción de este problema, pues al producir contenidos que aluden a la discriminación y la violencia contra las mujeres y las niñas, contribuyen a su perpetuación.

En México, y aún y cuando al día de hoy contamos con cinco instrumentos jurídicos que apuntan a la centralidad de los medios de comunicación en este contexto y a las tareas que deben llevar a cabo, estas industrias continúan teniendo en el corazón de sus contenidos la discriminación y la violencia contra las mujeres.

En este tenor, el presente artículo forma parte de la investigación “La influencia de los medios de comunicación en la representación social de la violencia contra las mujeres y las niñas”² y tiene como objetivo apuntar a la responsabilidad de los medios de comunicación en la erradicación de la violencia de género.

Con base en la técnica de análisis de contenido, la investigación ha tenido como finalidad dar cuenta de la forma que los contenidos mediáticos representan los

² Esta investigación ha contado con el apoyo del Programa PAPIIT de la UNAM, bajo el registro IN308808. El trabajo empírico ha sido posible gracias a la participación de Nelly Lara, Hilda Cruz, Walys Becerril, Gabriela Cervantes y Amelia Arreguín, de la UNAM.

tipos y modalidades de la violencia contra las mujeres. Por su amplitud y profundidad, los resultados de dicha investigación están en proceso de publicación. En este artículo nos centraremos en el análisis de elementos de orden teórico-metodológico, político y jurídico para el análisis de este problema.

La violencia contra las mujeres en México

La violencia contra las mujeres es definida como la conducta que incluye cualquier agresión física, psicológica, sexual, simbólica, institucional, económica o feminicida dirigida contra las mujeres por el hecho de serlo (Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, 2007). Es una forma de violencia que se produce en un esquema de poderes desiguales. Implica la negación de la humanidad de las mujeres, es decir no solo de sus derechos sino de su existencia.

De acuerdo con la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, publicada en febrero de 2007, los Tipos y Modalidades de la violencia contra las mujeres incluyen:

Tipos	Modalidades
a) Violencia Física.	a) Violencia Familiar
b) Violencia Psicológica.	b) Violencia Laboral y Docente
c) Violencia Sexual.	c) Violencia Comunitaria
d) Violencia Económica.	d) Violencia Institucional
e) Violencia Patrimonial	
f) Violencia Feminicida	

¿Y cómo se expresan estos Tipos y Modalidades de violencia contra las mujeres en nuestro país?

De acuerdo con la información contenida en la *Investigación diagnóstica sobre violencia feminicida*, impulsada por Marcela Lagarde en la Cámara de Diputados, en nuestro país, más de 6 mil niñas y mujeres fueron asesinadas en 6 años, durante el

periodo 1999-2006 (Comisión Especial para la investigación del feminicidio, 2006). Siguiendo los últimos informes publicados en febrero de 2011 por organizaciones de la sociedad civil, en el Estado de México, entre enero de 2009 y el mismo mes de 2010, fueron asesinadas 526 mujeres. En Chihuahua, entre enero de 2010 y enero de 2011, 443 mujeres fueron asesinadas -306 de ellas en Ciudad Juárez-. En Oaxaca, 320 fueron asesinadas durante el gobierno de Ulises Ruiz. Entre enero de 2009 y junio de 2010, un total de mil 728 mujeres y niñas fueron asesinadas en 18 entidades.

Sin embargo, el feminicidio es la forma última y extrema de violencia contra las mujeres, lo cual significa que, en el proceso, otras formas de violencia determinan su ciclo de vida. De acuerdo con la Encuesta Nacional de las Dinámicas de Relación en los Hogares, la violencia psicológica, física, económica y sexual marcan la experiencia de vida de una de cada dos mujeres en México (ENDIREH, 2003). Son la familia, la comunidad, la escuela y el trabajo los ámbitos en que se encuentran en una situación de mayor riesgo. Más de 40 por ciento de las mujeres son víctimas de violencia por parte de su pareja (ENDIREH, 2006).

Por otro lado, y de acuerdo con el *Informe Nacional sobre Violencia de Género en la Educación Básica en México*, publicado por la SEP en 2010, el 82.8 por ciento de las niñas ayudan a hacer la comida en sus casas, en tanto que los niños sólo participan en 11.8 por ciento. El 85.8 por ciento de niñas lavan y planchan ropa, mientras que sólo 14.2 por ciento de los niños lo hace (SEP, 2010).

La responsabilidad de los medios de comunicación en la erradicación de la violencia contra las mujeres, desde el marco jurídico

Los medios de comunicación han sido señalados como una de las instituciones que tienen una responsabilidad central en la erradicación de la violencia contra las mujeres, y en consecuencia, en la realización de sus derechos humanos. Al

constituirse como una fuente de educación -formal e informal- para la sociedad, al lado de la familia y de la escuela, tienen una tarea primordial en la solución de este problema social.

La importancia expresa de las industrias de la comunicación en la erradicación de la violencia de género, fue colocada por la CEDAW (1981) y Belem Do Pará (1994), los dos instrumentos jurídicos internacionales más importantes en el impulso de los derechos humanos de las mujeres.

Desde entonces, estos marcos establecían recomendaciones puntuales a los medios de comunicación, en aras de que examinaran las consecuencias de los estereotipos sexistas -incluidos aquellos contenidos en los anuncios publicitarios- en la reproducción de la violencia y la discriminación de género.

También, los convocaban a adoptar medidas para eliminar esas imágenes, con miras a promover una sociedad basada en los principios de equidad y respeto, esenciales para el desarrollo y la paz de las naciones. Así también, a fomentar la conciencia social sobre el papel de los medios en la promoción de imágenes no estereotipadas de mujeres y hombres y a eliminar los modelos de conducta generadores de violencia que en ellos se presentan, así como a alentar a las personas responsables de producir los contenidos a que establecieran directrices y códigos de conducta profesionales. Y por último, a sensibilizar sobre la importante función de los medios en lo relativo a informar y educar a la población acerca de las causas y los efectos de la violencia contra las mujeres y a estimular el debate público sobre el tema.

Las recomendaciones más importantes de estos instrumentos, señalan que las industrias audiovisuales tienen el deber de:

1. Adoptar todas las medidas necesarias, especialmente en el ámbito de la enseñanza y del quehacer de los medios de comunicación, para eliminar los prejuicios y las prácticas consuetudinarias y de otro tipo basadas en la idea de inferioridad o la superioridad de uno u otro sexo y de los estereotipos asignados a mujeres y hombres
2. Elaborar directrices adecuadas de difusión que contribuyan a erradicar la violencia de género contra las mujeres y las niñas.

Esta importante discusión fue llevada a la agenda de las Naciones Unidas en 1995, y se vio plasmada en la Conferencia Mundial de la Mujer celebrada en Beijing durante ese año. Por primera vez, el derecho humano de las mujeres a comunicar fue reconocido como condición para la realización de la igualdad de género.

La Plataforma de Acción de la Conferencia incluyó el Capítulo J, “Mujeres y Medios de Difusión”, que recupera las acciones arriba enlistadas y las configura como recomendaciones a llevar a cabo por actores clave: Estados miembro de la ONU, organismos de derechos humanos, propietarios de medios de comunicación y de empresas de publicidad y asociaciones de profesionales de la comunicación.

Si bien México ha suscrito estos acuerdos, hasta hace muy poco tiempo no se habían llevado a cabo acciones concretas que alentaran a los medios de comunicación, desde el marco legal, a elaborar directrices adecuadas de difusión que contribuyan a erradicar la violencia de género contra las mujeres y las niñas en todas sus formas y a realizar el respeto a la dignidad de las mujeres.

Es la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida libre de violencia la que establece de manera clara recomendaciones dirigidas a que los medios se sumen a esta tarea.

En este sentido, el marco jurídico nacional ha tenido avances trascendentes en esta materia que es necesario señalar. Al día de hoy, contamos con cinco instrumentos jurídicos que legislan a favor de los derechos humanos de las mujeres y que apuntan a la centralidad de los medios de comunicación en esta tarea. Éstos son:

1. Ley para la Protección de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes (2000)
2. Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación (2003)
3. Ley General de Igualdad entre Mujeres y Hombres (2006)
4. Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia (2007)
5. Ley para Prevenir y Sancionar la trata de personas (2007).

Como se observa, el marco jurídico nacional manifiesta avances significativos, algunos graduales, en correspondencia con los acuerdos y tratados que suscribe en el ámbito del Derecho Internacional. Sin embargo, falta tomar acciones concretas, quehacer que involucra la acción del Estado mexicano y de las industrias de comunicación, pues los mecanismos que se deben encargarse 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 estos instrumentos jurídicos.

La violencia contra las mujeres en la agenda mediática

“Las mujeres aún están ausentes de los medios hoy en día. Después de más de una década, la investigación académica sigue mostrando que las mujeres están claramente infra-representadas por estos medios, y cuando lo están, se las sigue describiendo a través de una gama reducida de papeles estereotipados”.

Aunque este señalamiento fue hecho hace más de diez años por Bettina Peters ante la UNESCO, encuentra amplia vigencia: los medios de comunicación, lejos de promover la conciencia social acerca del derecho humano de las mujeres a una vida sin violencia, a lo que su quehacer tiende es a la reproducción de este problema. Veamos a continuación algunas evidencias empíricas.

Fue el trabajo de Betty Friedan (1974) uno de los primeros en evidenciar que los medios de comunicación coadyuvaban en la visión estereotipada de las mujeres en la sociedad, al introducir el discurso en series y programas de entretenimiento de que su deber era el de asumir ese primer mandato de género, común a todas: el de madres y esposas.

Este trabajo detonó la realización de posteriores esfuerzos investigativos que han tenido como finalidad documentar las formas en que los medios reproducen representaciones de las mujeres que alimentan la discriminación y la violencia de la cual son objeto. Los hallazgos de estos trabajos así lo corroboran:

- El desnudo femenino en los anuncios de revistas aumentó del 2 al 6 por ciento, de 1983 a 1993 (Reicht, 1999)
- Los datos globales nos muestran que, en el mundo, la representación de las mujeres en la prensa, la radio y la televisión durante el año 2000 fue tan solo del 18 por ciento (WACC, 2000)
- La representación de género en los medios se encuentra asociada a las relaciones de dominación y subordinación que privan en la sociedad: mientras que a los hombres se les representa en su carácter de deportistas, políticos y empresarios, a las mujeres se les representa mayoritariamente en el de *vox populi* y estudiantes, y se las asocia a la falta de estatus y poder (IORTVE, 2002).

En el caso concreto de la representación de la violencia contra las mujeres en el discurso mediático, hasta el día de hoy es poco lo que conocemos pues los esfuerzos investigativos se han centrado en otras áreas. Sin embargo, existen casos paradigmáticos como el de España que nos aportan datos empíricos clave sobre este fenómeno. A partir del trabajo de las investigadoras españolas en este tema, hoy podemos conocer que las instituciones mediáticas tienden a representar a las mujeres con base en la construcción de estereotipos pues las retratan en el papel de víctimas, objetos sexuales, sexo débil y figuras dominadas. También, que los medios de comunicación persisten en representar las relaciones entre mujeres y hombres con base en la dominación y subordinación (IORTVE, 2002).

Por otro lado, y en el caso concreto de los noticiarios de televisión, se observan las siguientes constantes en la representación que de este problema realizan dichos programas:

- Es lugar común encabezar o presentar estas informaciones con titulares escandalosos, frívolos o discriminatorios
- Se tiende a la dramatización de este problema, con lo que lejos de contribuir al desarrollo de una reflexión crítica entre las audiencias, se trivializa la seriedad de su abordaje
- Las fuentes de la información son principalmente las instituciones y las mujeres-víctima
- Estas noticias tienden a excusar al agresor con frases como: “estaba obsesionado”, “estaba enamorado”, “estaba bajo los efectos de las drogas”, cuando la verdadera razón que subyace a la actuación de los agresores es la desigual distribución del poder que existe entre hombres y mujeres
- A las mujeres-víctima comúnmente se les retrata con tomas de primer plano y con voz distorsionada, lo que las vuelve protagonistas de una cobertura sensacionalista (IORTVE, 2002).

Todo ello en su conjunto representa riesgos por cuanto, lejos de contribuir al debate y reflexión sobre la definición estructural que tiene este problema, se le representa como un fenómeno aislado y natural del cual son responsables las propias mujeres que son víctimas de la violencia. En este tenor y como señala Marian Meyers en su trabajo *News Coverage of Violence Against Women* , el discurso de los programas televisivos de noticias constituye una parte del problema de la violencia contra las mujeres al representarlas como responsables de su propio abuso (Meyers 1997, 117).

De acuerdo con estas investigaciones, una de las hipótesis que pueden explicar este tipo de cobertura, obedece a la inmediatez informativa que, al lado de la brevedad de los tiempos televisivos, propicia la síntesis, lo que deja de lado la claridad y la sensibilidad en el tratamiento de un tema tan complejo. Así también, la competencia por el *rating* hace que la descontextualización informativa sea la clave para presentar este tipo de informaciones. Ello contribuye a que el tratamiento informativo de la violencia contra las mujeres sea superficial y que contribuya muy poco a la reflexión sobre este problema.

Por último, es preciso llamar la atención sobre la violencia contra las mujeres ejercida por la industria pornográfica en el mundo, vinculada a las industrias de comunicación. Aunque es difícil calcular la cantidad de pornografía que circula en Internet, las estadísticas señalan que existen 4.2 millones de páginas electrónicas que ofertan pornografía, es decir, 12 por ciento del total de los sitios *web* del mundo -100 mil de los cuales ofrecen pornografía infantil. En suma, la industria pornográfica en Internet reporta muchas más ganancias que Microsoft, Google, Yahoo, Amazon, Apple y Netflix unidas, esto es, 97.06 billones de dólares en un año (Pornography Industry Revenue Statistics, 2006). ¿Cómo afecta esto a las mujeres y las niñas de nuestro país? En que las redes de trata y tráfico sexual operan principalmente en las regiones de América Latina y Asia.

En México, los diagnósticos muestran un panorama poco alentador. En primer lugar, y al igual que en otros países del mundo, la investigación empírica corrobora que la representación de las mujeres en los contenidos mediáticos reproducen los estereotipos sexistas que, o asocian a las mujeres a roles tradicionales (madres, esposas y amas de casa), en los que se enfatiza su supuesta vulnerabilidad, su sumisión y su adscripción al espacio doméstico; o bien, que las representan como objetos sexuales y concentradas sólo en la moda y el consumismo. En contraste, en los medios no es latente el interés por visibilizar la participación de las mujeres y su poder como agentes sociales en las esferas política, económica, educativa y cultural.

La investigación científica en el campo apunta a que, lejos de haber registrado una reducción, el incremento de la violencia y la discriminación contra las mujeres y las niñas en los contenidos –en particular la pornografía y la prostitución– se ha multiplicado en las programaciones de los medios tradicionales y de las nuevas tecnologías. A continuación, algunas evidencias:

- En una semana son publicados alrededor de 4 mil anuncios de redes que promueven la trata y el tráfico sexual de niñas y mujeres en la sección de “Clasificados” de los principales diarios de circulación nacional: *La Prensa* (1585), *El Universal* (1231), *El Gráfico* (623), *Reforma* (405), *Excélsior* (206) (Vega Montiel, 2011).
- Toda la barra de la programación televisiva –telenovelas, series, caricaturas, películas– reproduce, sin problematizarla ni representarla como un atentado a los derechos humanos de las mujeres, la violencia de género. En una semana, los principales canales de televisión reproducen alrededor de mil veces distintos tipos y modalidades de violencia contra las mujeres (Vega Montiel, 2011).³

³ Esta investigación incluyó el análisis de la programación de los cuatro canales de mayor cobertura y *rating* a nivel nacional, durante una semana, de 6.00 a 23.00 horas: los canales 2 y 5 de Televisa, el 7 y el 13 de

- Las telenovelas, el género de mayor popularidad, indiscutiblemente influyen en la representación que los públicos se hacen de los conflictos y la manera de enfrentarlos. Sin embargo, y en oposición a las declaraciones que ha hecho el secretario de Educación Pública, Alonso Lujambio Irazábal, en defensa de las telenovelas de Televisa, estos programas han acentuado el deterioro cultural de nuestra sociedad. Sus historias repiten el mismo argumento: la normalización del maltrato y la discriminación de mujeres que son insultadas, golpeadas, violadas y asesinadas. Los tipos y modalidades de la violencia contra las mujeres más frecuentes en estos programas son la psicológica, física y sexual, en los ámbitos familiar y laboral (234 tipos y modalidades de violencia de género han sido identificados en una semana de análisis) (Vega Montiel, 2011).
- En los contenidos informativos, las mujeres no figuran como protagonistas de la dinámica económica, política y social. Sólo son noticia cuando cometen errores y, entonces, se les representa como un peligro para la sociedad –en este tenor, en 2006 Elba Esther Gordillo y Martha Sahagún fueron las mujeres que más figuraron en la cobertura informativa (CIMAC, 2006).
- En el caso de noticias que tratan la violencia de género en México, las coberturas tienden al amarillismo y el dramatismo. Básicamente, las mujeres son representadas de dos formas: como víctimas y sin el poder de remontar su experiencia, o como quienes provocan la violencia de la cual son objeto.
- La industria musical en México, que encuentra una salida muy poderosa en las estaciones de radio y canales estelares de Televisa y Televisión Azteca, impulsa la popularidad de géneros –reggaeton, grupera, ranchera, pop– plagados de misoginia, que aluden a las mujeres como objetos sexuales y a quienes, dada su “naturaleza” infiel, se les debe pegar “con penca de nopal”

Televisión Azteca, así como la televisora pública Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional. En total, analizamos 544 horas de programación. La suma de representaciones de la violencia contra las mujeres y las niñas identificadas en los contenidos televisivos fue de 983, distribuidas en los siguientes formatos: publicidad (377), telenovelas (234), programas de revista y concurso (139), noticiarios (110), películas (55), series (43), caricaturas (12), otros (12) y debate (10) (Vega Montiel, 2011).

y “unos rasguños con espinas de maguey” (canción *Unas nalgadas*, intérprete: Alejandro Fernández). Tres de las estaciones que gozan de mayor audiencia, Stereo Joya, 97.7 y La Z, programan diariamente estas canciones que, en una semana, reproducen un promedio de 450 veces diversas formas de violencia de género (Vega Montiel, 2011).

En resumen, la responsabilidad de las industrias de medios en la reproducción de los prejuicios y prácticas discriminatorias que contra las mujeres prevalecen en la sociedad, continúa siendo una asignatura pendiente.

Trazando horizontes posibles: la transversalización de la Ley de Medios con perspectiva de género

Ante las circunstancias planteadas, feministas provenientes de las organizaciones de la sociedad civil, la academia y de las propias organizaciones de medios, se han agrupado para impulsar el derecho humano de las mujeres a comunicar en la agenda nacional.⁴ Una de estas iniciativas apunta al ámbito de la ley de medios y propone un planteamiento transversal con perspectiva de género (Red de Investigadoras por la Vida y la Libertad de las Mujeres, 2008). Algunas de las propuestas contenidas, a las cuales sumamos otras, son:

1. Impulsar un sistema de concesión que garantice la plena participación de las mujeres en la propiedad, dirección y producción en medios de comunicación.

⁴ Debemos mencionar a la Red Nacional de Mujeres Radialistas de México, que agrupa a mujeres indígenas, campesinas, universitarias, de ONGs y de medios privados, que operan como productoras de programas pertenecientes a 70 radiodifusoras comunitarias del país. A CIMAC, la primera agencia informativa especializada en difundir la agenda con las perspectivas y acciones de las mujeres. Al Consejo Ciudadano por la Equidad de Género en los Medios de Comunicación, que convoca a varias organizaciones de la sociedad civil.

2. Garantizar la producción de contenidos que promuevan los derechos humanos de las mujeres y de los que sean erradicadas las representaciones sexistas y discriminatorias que prevalecen al día de hoy.

3. Impulsar la paridad en la composición de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) entre mujeres y hombres con suficiente experiencia profesional.

4. 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.

5. Impulsar una educación para los medios que promueva los derechos humanos de las mujeres y las niñas.

6. En el ámbito de la educación, es imperativa la formación de las mujeres –desde la infancia hasta la edad adulta– en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación

7. Incrementar el acceso de las mujeres a recursos financieros y tecnológicos para desarrollar plenamente sus capacidades comunicativas.

8. Impulsar la participación de las mujeres en puestos de decisión.

9. Impulsar la construcción de indicadores de género que den cuenta de la relación de las mujeres con los medios de comunicación y las nuevas tecnologías –que van de la información sobre usos, preferencias de contenidos, frecuencia y patrones de consumo de medios, así como del sexismo en los contenidos que circulan en los medios; información sobre los efectos de la red en el impulso de los derechos humanos de las mujeres-. Ello se puede hacer mediante la creación de un Observatorio que dé cuenta de datos estadísticos y cualitativos sobre los asuntos arriba enlistados, que nos permitan saber cómo es que los medios de comunicación están afectando –favorable o negativamente–, el desarrollo humano de las mujeres.

Apuntes finales

La violencia de género contra las mujeres constituye un problema mundial de terribles consecuencias. No ha sido sino hasta los años recientes que ha salido del ámbito doméstico y del privado para ser reconocido como un problema del orden público, es decir, como un problema que, para ser erradicado, demanda el concurso y la acción de toda la sociedad.

En el ámbito de las soluciones, es fundamental la contribución de los medios de comunicación, de lo cual dan constancia las acciones (y también, los diagnósticos que motivan estos llamados) de los organismos internacionales, que señalan la responsabilidad de las industrias mediáticas. En este tenor, es necesario admitir que los medios de comunicación reproducen discursos en los que la violencia forma parte del habitus como método efectivo para mantener el orden establecido. Ello no significa que los medios sean los que originen o detonen la violencia contra las mujeres, pero tienen una responsabilidad central porque, al reflejar actitudes y valores congruentes con el discurso androcéntrico, refuerzan comportamientos de la estructura social.

Por esta razón y a través de este trabajo hacemos un llamado a dirigir el producto de nuestras investigaciones científicas en beneficio de todas las personas. Pensamos que sólo si logramos realizar esta tarea, es que podremos empezar a trazar una perspectiva afirmativa de vida basada, como nos lo ha enseñado Marcela Lagarde, en el reconocimiento y respeto pleno a los derechos de los humanos y las humanas.

Bibliografía

CIMAC, "Borradas, las mujeres de los medios en 2006", informe en línea, <http://www.cimacnoticias.com/site/06102005-Borradas-las-mujer.15315.0.html>, 2006.

Comisión Especial para la investigación del feminicidio (2006), *Investigación sobre violencia feminicida en la República Mexicana*, México, LIX Legislatura de la Cámara de Diputados (2006)

Inegi (2003; 2006), *Encuesta Nacional de la Dinámica de las Relaciones en los Hogares*, México, Inegi.

Friedan, Betty (1974), *La mística de la feminidad*, Madrid, Ediciones Júcar

Instituto Oficial de Radio y Televisión de España (2002), "La violencia contra las mujeres en los medios de comunicación" en *Mujer, Violencia y Medios de Comunicación*, Madrid, Instituto de la Mujer / Instituto Oficial de Radio y Televisión

Meyers, Marian (1997), *News Coverage of Violence Against Women*

Red de Investigadoras por la Vida y la Libertad de las Mujeres (2008), *Lineamientos y mecanismos para transversalizar la ley de medios con perspectiva de género*, http://www.amedi.org.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=175:red-de-investigadoras-una-ley-de-medios-con-perspectiva-de-genero&catid=52:documentos

Reicht, Tomas et al. (1999), "Cheese cake and beef cake: No matter how you slice it, sexual explicitness in advertising continues to increase" en *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Vol. 76, No. 1.

SEP (2010), *Informe nacional sobre Violencia de Género en la Educación Básica en México*, México, SEP.

Vega Montiel, Aimée (2011), *La responsabilidad de los medios de comunicación en la erradicación de la violencia contra las mujeres y las niñas*, UNAM/ONU Mujer, en proceso.

WACC (2000), *Who Makes the News?*, Londres, WACC

Instrumentos Jurídicos

Convención para la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer, ONU, 1981

Convención Belém Do Pará, OEA, 1994

Ley para la Protección de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes (2000)

Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación (2003)

Ley General de Igualdad entre Mujeres y Hombres (2006)

Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia (2007)

Ley para Prevenir y Sancionar la trata de personas (2007).

Plataforma de Acción de Beijing, ONU, 1995

Sitios electrónicos

Pornography Industry Revenue Statistics (2006), <http://internet-filter-review.toptenreviews.com/porn-stats-around-world.html>, consulta: 10 de marzo de 2011.