

# *Proyecto de Ley*

El Senado y la Cámara de Diputados de la Nación reunidos en Congreso...  
Sancionan con fuerza de Ley

## **IMPLEMENTACION DE PARIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

**Artículo 1°:** Los Medios de Comunicación están obligados a respetar la igualdad de trato y de oportunidad en el ámbito laboral y deberán adoptar medidas dirigidas a garantizar la paridad mediante la contratación de mujeres (cis, trans travestis), del cual un porcentaje no menor al 3% corresponderá a trans-travestis, en medios de comunicación audiovisuales en todas sus estructuras organizativas internas: gerencia, técnica, conducción, producciones, toma de decisiones, en todo el territorio argentino.

**Artículo 2°:** Alcance.- están comprendidos en la presente Ley aquellas personas físicas o jurídicas inscriptas en el Registro de Señales y productoras establecida por el Art. 58 de la Ley N° 26.522.

**Artículo 3°:** La presente ley se enmarca en lo establecido artículo 2° de la Ley N° 26.485 de Protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres, y Art. 3 Inc. m de la Ley N° 26.522, de Servicios de Comunicación Audiovisual.

**Artículo 4°:** El Poder Ejecutivo Nacional determinará la Autoridad de Aplicación.

**Artículo 5°:** Comuníquese al Poder Ejecutivo Nacional.



## Fundamentos

### Sr. Presidente:

El presente proyecto de Ley tiene que objetivo obligar a los medios de comunicación a adoptar las medidas (administrativas, disposiciones internas, circulares) dirigidas para garantizar la paridad dentro de los medios. El estado es el único agente social que debe tender al cumplimiento de legislación en temas de géneros y hacer cumplir el Art. 1.

Este proyecto de Ley tiene como marco complementario la Ley 26.4855 (de protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos donde desarrollen sus relaciones interpersonales). En la Ley se establece el deber del Estado, de adoptar las medidas necesarias para lograr la eliminación de la discriminación hacia la mujer. Por otro lado, también determina el deber de: sensibilizar a la sociedad, promoviendo valores de igualdad, y deslegitimación de la violencia contra las mujeres, así como, efectivizar los principios y derechos reconocidos por la Convención Interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la Violencia contra las Mujeres (Art. 7).

Por otro lado, La ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en su Art. 3, Inc.m,dice: *"Promover la protección y salvaguarda de la igualdad entre hombres y mujeres y el tratamiento plural, igualitario y no estereotipado, evitando toda discriminación por género u orientación sexual"*

La Convención para la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW), adoptada por Naciones Unidas en 1979, y con rango constitucional en Argentina, dispone los derechos de las mujeres a elegir libremente su empleo y profesión, a contar con las mismas oportunidades de trabajo y los mismos criterios de selección, al aprendizaje, formación profesional y capacitación periódica. Igual remuneración e igualdad de trato con respecto a un trabajo de igual valor, protección de la maternidad y apoyo a los servicios de cuidado infantil y a la corresponsabilidad de los cuidados entre hombres y mujeres. Otro importante instrumento que debe guiar el desarrollo de las agendas de las políticas públicas de los Estados es la Plataforma de Acción, adoptada en la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer realizada en Beijing en 1995, que estableció medidas para promover la independencia y los derechos económicos de las mujeres, incluidos el acceso al empleo, a

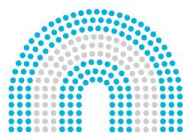


condiciones de trabajo apropiadas y al control de los recursos económicos. También se fijaron objetivos en relación a la promulgación de leyes que promuevan igualdad salarial y eliminen la penalización a la maternidad. Este instrumento también dispuso, con relación a las mujeres en los medios de comunicación, como objetivo en su apartado “J”: *“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”*. Para ello, menciona como medidas a adoptar por 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; (...) 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,”* entre otras.

La Legislación a nivel internacional, que insta al Estado Argentino es vasta y muy completa. En Argentina muchas Leyes fueron incorporando y reconociendo derechos en esta última década en cuestión de géneros. Aun si, en Argentina es inexistente legislación que obligue a los medios de comunicación a ponerse a altura de las circunstancias y tomar medidas que garanticen que los derechos inherentes de las mujeres serán respetados.

La violencia hacia la mujer tiene muchas dimensiones, pero todas alteran, restringen, denigran la autonomía de las mujeres en la vida privada y pública. El concepto de autonomía esta relacionado a la libertad de las mujeres de decidir, de actuar conforme a su elección. Es por eso, cualquier norma, relación de poder, invisibilización, es violencia. Quizá la violencia estructural mas evidente, es la violencia a nivel laboral, donde el acceso al mercado de trabajo por parte de los hombres es mayoritario. Empujando a la mujer al hogar, en su función reproductiva y de cuidados del hogar, pero es necesario, y los tiempos acompañan, al replanteamiento de la idiosincrasia y costumbres que hasta ahora habían funcionado, pero que ya son percibidos como obsoletos.

El mercado laboral en los medios de comunicación no escapa a las realidades de otras esferas de la vida laboral en que las mujeres (cis, mujeres trans travestis) se hayan limitadas, basta prender el televisor en horario prime time para darse cuenta que en su mayoría los comunicadores son hombres. Es por ello, que la representación en un 50-50 pone en pie de



igualdad la representación de las mujeres (cis, mujeres trans travestis), permitiendo la formación y conformación de una nueva cultura laboral inclusiva y libre de sesgos ideológicos, prejuicios de la cultura machista que todavía están arraigados en muchos medios de comunicación. De esta forma, buscamos dar un paso más hacia la producción audiovisual con perspectiva de género.

En 2017, la Fundación para el Desarrollo de políticas sustentables (FUNDEPS) y la Asociación Civil Comunicación para la igualdad, respecto de empresas de medios nacionales situadas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires realizaron una investigación se realizó sobre 23 medios de comunicación de los cuatro soportes (televisión, radio, digital y gráfica) que se alternan entre empresas de propiedad pública, de propiedad privada, cooperativas y asociaciones civiles: Con relación a la propiedad de las empresas, o la pertenencia en el board de las compañías, el promedio de titularidad femenina es del 33,3% y masculina, 66,6% Respecto del total de las personas empleadas, el promedio de mujeres que trabajan en las empresas de la muestra es del 36% y, de hombres, 64%. Con relación al acceso a cargos jerárquicos: el promedio de mujeres es del 28%, y de varones, 72%. Hay que recalcar que si bien los índices estadísticos de los porcentuales son escasos, los mismos no contemplan todas las identidades.

No existen políticas concretas para promover medidas que acerquen oportunidades en las empresas de medios, es por ello, que más allá de las Leyes que si contemplan los derechos de la mujer (cis, mujeres trans travestis) es necesario generar políticas que manifiesten el compromiso y que se haga visible la paridad de genero en los medios. Es por ello, que invito a los y las legisladoras acompañen el presente proyecto de Ley.