

Municipalidad del Partido de General Pueyrredon
Mar del PlataDepartamento Deliberativo
BLOQUE FRE.PA.SO.

H CONCEJO DELIBERANTE	
Mesa de Entradas	
Fecha: 5-1-2000	
Hora: 13:55	
LE... ..	

Mar del Plata, 28 de diciembre de 1999

HONORABLE CONCEJO DELIBERANTE:

Los/as concejales/as del FREPASO que suscriben, por los fundamentos que se acompañan, solicitan la sanción favorable del siguiente proyecto de:

ORDENANZA

Artículo 1º .- Institúyase en el ámbito del Partido de General Pueyrredon el premio "Julieta Lanteri" al mejor programa o comercial de radio y/o televisión de producción local, como así también a artículos periodísticos publicados en la prensa de nuestra ciudad que promuevan los derechos de la mujer, incentive la cooperación y solidaridad entre los sexos, contribuya a la superación de estereotipos negativos para la mujer, reivindique en general los derechos igualitarios, su cumplimiento en todos los ámbitos y la no discriminación contra la mujer.

Artículo 2º .- La mencionada distinción se otorgará anualmente en el marco del conjunto de actos, homenajes y actividades a celebrarse en conmemoración del Día Internacional de la Mujer.

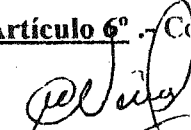
Artículo 3º .- El Departamento Ejecutivo, a través de la Subsecretaría de la Mujer, será la autoridad de aplicación de la presente Ordenanza.

Artículo 4º .- Para la selección y entrega del Premio "Julieta Lanteri" se conformará una comisión Ad-hoc compuesta por:


- Un/a representante de la Sub-secretaría de la Mujer.
- Un/a representante de la Dirección de Prensa y Difusión
- Un/a representante de la comisión honoraria de la Sub-secretaría de la Mujer.
- Un/a representante por el organismo que nuclea a las Agencias de Publicidad en Mar del Plata
- Un/a representante del Sindicato de Prensa de Mar del Plata
- Un/a representante por el Sindicato Argentino de Locutores en Mar del Plata
- Un/a representante por la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Periodismo de la Universidad FASTA de Mar del Plata.
- Un/a representante por la Universidad Nacional de Mar del Plata

Artículo 5º .- La Subsecretaría de la Mujer dictará el Reglamento interno con el que se regirá la mencionada Comisión Ad hoc para su funcionamiento, dentro de los 30 días a partir de la promulgación de la presente Ordenanza.

Artículo 6º .- Comuníquese, etc.


MARIA DEL CARMEN VIÑAS
Concejal
BLOQUE FRE.PA.SO


EDUARDO A. ROMANIN
CONCEJAL
BLOQUE FREPASO


Lic. Diego García Conde
Concejal Bloque Frepasó
Alianza

FUNDAMENTOS

La Mujer y los Medios de Comunicación

Los medios de comunicación son un poderoso dispositivo de control social y de formación de la opinión pública en las sociedades modernas. Su influencia ha aumentado en forma creciente en los últimos años.

Se ha señalado reiteradamente su papel en la transmisión de cultura privilegiando la reproducción de estereotipos sociales y de género. El movimiento mundial de mujeres, ha insistido una y otra vez, en que los medios transmiten una imagen distorsionada de la mujer, que limita sus potencialidades al mostrarla predominantemente como ama de casa y esposa o como sexy-objeto siempre de consumo; el uso de su cuerpo, es un común anzuelo para la promoción publicitaria de todo tipo de productos.

En la Conferencia Mundial de la Mujer realizada en Nairobi en 1985 se incorporó a las Estrategias para el adelanto de la mujer, el aspecto de la relación entre "La Mujer y Las Comunicaciones", como una esfera de acción del objetivo: «Desarrollo». En el párrafo 206 de dichas Estrategias se recalca que «la difusión de imágenes estereotipadas de la mujer por los medios de información y también por la industria publicitaria pueden tener efectos negativos para las actitudes de las mujeres hacia las mujeres"... Más adelante se sostiene que deben fomentarse los proyectos culturales de las propias mujeres, orientados a cambiar las imágenes tradicionales del hombre y de la mujer.

La imagen de la mujer en los medios merece ser objeto de análisis a fin de revertir aquellos aspectos que la degradan, que atacan su condición de ser humano, sus derechos básicos fundamentales al "cosificarla", al tomarla como objeto sexual. En la mayoría de los casos, la denigran, la violentan y contrarian uno de los Objetivos del Decenio de Naciones Unidas para la Mujer: la Paz.


Sin embargo, existen otras formas de presentar a la mujer, en su rol de ama de casa, esposa, madre, donde también cabe nuestra crítica, ya que es enfocada como única responsable del cuidado de los hijos y del hogar, aspecto señalado por la Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer, que fomenta las responsabilidades familiares compartidas.(1)

Argentina no escapa a estas reglas generales, y en ese sentido es necesario implementar mecanismos para modificar el contenido de los mensajes transmitidos tratando de lograr valores de igualdad, cooperación y solidaridad entre los géneros.

Es de vital importancia combatir la violencia contra la mujer que se exhibe, en sus diferentes formas, tanto en los avisos publicitarios como en las novelas y diversos programas: mostrándola como objeto sexual, fragmentándola, resaltando lo erótico y mostrando escenas de violencia familiar.

La mujer soporta una carga que es invisible por lo general al mundo exterior: la violencia en el hogar. No se la ha medido pero debe estar muy generalizada, reconocen las Naciones Unidas.

Los medios de comunicación al presentar escenas de violencia contra la mujer, refuerzan caracteres patriarcales y tradicionales que alientan a que sean víctimas potenciales de la violencia. Los medios masivos de comunicación pueden jugar un rol muy importante para revertir estas imágenes, reafirmando el respeto por los derechos humanos de la mujer, su plena vigencia y cumplimiento, contribuyendo a asegurar iguales derechos para hombres y mujeres.


MARIA DEL CARMEN VIANA
Concejal
BLOQUE FRE.PA.SO

La CEPAL en su proyecto de Programa de Acción Regional para las Mujeres de América Latina y el Caribe, 1995-2001; presentado en Mar del Plata (hacia Beijing '95), señala en su Acción Estratégica II 4.F: "Establecer estrategias de comunicación para superar la difusión de imágenes estereotipadas de las mujeres y los hombres, y estimular mensajes que reflejen la diversidad de roles, condiciones de vida, necesidades y puntos de vista de las mujeres".

También es importante multiplicar imágenes que reflejen toda la diversidad de las características humanas-etáreas, estéticas, étnicas, diferentes modelos familiares, etc. e impulsar que se integren más imágenes de mujeres en el ámbito público y más de varones en el ámbito doméstico.

Imagen actual de la Mujer en los Medios

Por imagen de la mujer se entiende generalmente al "conjunto de representaciones verbales o icónicas que vehiculizan los periódicos, las revistas, la radio, televisión y cine, que hacen referencia a la mujer o a alguno de sus atributos y a la utilización de los mismos con fines publicitarios y propagandísticos".(2)


El conjunto de estos medios, públicos y privados, constituyen lo que se llama la industria de la comunicación. Esta industria tiene un papel importante como transmisor de cultura y formador de opinión, importancia que se ha acrecentado actualmente por el consumo masivo y cotidiano que se realiza de ellos. Otra característica insoslayable de la industria de la comunicación es su orientación netamente comercial, casi desprovista de contenido social. El modelo femenino más difundido en los medios es aquél en el que la apariencia física debe cumplir con los requerimientos estéticos del momento.

Quizás en su propia desventaja, los hombres superan ampliamente a las mujeres en los comerciales de bebidas alcohólicas y comidas rápidas. Los rostros y las manos de las mujeres dominan la escena cuando aparecen los artículos de limpieza o las comidas preparadas en casa. Trabajen o no afuera, se las muestra haciendo tareas de la casa. Los roles no tradicionales de las mujeres son tratados como raros o graciosos. (3)

En la publicidad televisiva de última generación, en nuestro país la enorme mayoría de las mujeres son amas de casa, esposas y madres consagradas a sus familias, a cargo de todas las tareas domésticas, únicas responsables de la crianza de los hijos, de una edad que roza los treinta y con aspecto de chicas formales, sencillas, nada coquetas ni sexualmente insinuantes.

Ellas están, pues encargadas de la limpieza, la salud, la nutrición, y como consiguieron marido y, además, son madres, no necesitan más que una blusita y una falda o un pantalón bien sobrios, la cara lavada, una melena clásica y hacer gala de buenos y cariñosos modales con los integrantes del grupo familiar. Apenas se salen un poco del molde las amas de casa de los avisos testimoniales - de jabón de lavar la ropa, sobre todo - que no son tan perfectas y se expresan con mayor espontaneidad.

El espíritu hacendoso y abnegado de la mujercita Puloil de antaño siempre trabajando entre las paredes del hogar o lo sumo haciendo las compras, sigue vivo en los designios de los avisadores y los publicitarios. Al parecer, esos son los valores que se quiere conservar y promover mientras las mujeres reales invaden las universidades (incluso en carreras no tradicionalmente "femeninas") y los cursos y talleres más variados, salen a trabajar en masa (hasta donde se los permite la escasez de empleos), se agotan en dobles jornadas, son jefas de hogar (es decir, el principal sostén económico, solas o acompañadas) en un alto y creciente porcentaje... Pero en la publicidad actual no hay médicas, abogadas, maestras, oficinistas, cadetas, camareras... Solo señoras de su casa que en alguna oportunidad (como en una conocida marca de pañales) protestan un poco, (pero sin dejar


MARIA DEL CARMEN
Concejal
BLOQUE FRE.PA.SO.

- (2) Lista, Carlos A. "Imagen de la Mujer", Informe Regional, en Proyecto 03: "Situación de la mujer americana a 1985", Centro Multinacional de la Mujer, Agosto 1984.
- (3) Peryrú, Graciela - "Papá puedo ver la tele?" - Editorial Paidós - 1993 - Pag. 111.
- (4) Soto, Moira - Publicidad "Casi todo queda en familia" - Las/12 - N° 89 - año 2- pag. 6 - Suplemento del Diario Página/12 - 24 de diciembre de 1999.

Julieta Lanteri

La familia Lanteri llega de Italia en 1873 y fija su residencia en la ciudad de La Plata. Allí Julieta realiza sus estudios primarios y secundarios. Se recibe de Bachiller a diferencia de la mayoría de las mujeres que se recibían de maestras. En 1896 con 23 años, ingresa a la Facultad de Ciencias Médicas en la carrera de Farmacia. A pesar de que Cecilia Grierson y Alicia Moreau se habían recibido de médicas los claustros universitarios seguían siendo hostiles a las mujeres. Julieta rinde libre muchas materias. Se recibe de farmacéutica e ingresa a la Facultad de Medicina.

Corre 1906 y las luchas obreras están a la orden del día. Las mujeres obreras participan de las huelgas y se organizan, pero ellas no gozan ni de los derechos políticos ni sociales que gozan su compañeros. El Código Civil las considera como menores e incapaces.

Es por esos tiempos que Julieta Lanteri, junto a Elvira Rawson y Sara Justo funda el Centro de Universitarias Argentinas.

En 1907 se recibe de médica y comienza sus estudios de Psiquiatría.

La miseria, la desocupación y las protestas obreras se multiplican y en medio de esta crisis se organiza el primer Congreso Feminista Internacional. Julieta Lanteri oficia de secretaria general, al finalizar se le rinde homenaje, el Congreso se había realizado por iniciativa suya. En el documento final es un reclamo unánime el voto femenino y la Reforma del Código Civil.

Se casa y se instala en Berazategui, en una quinta. Ella junto a otras médicas atienden a mujeres con trastornos respiratorios y circulatorios debido a los apretados corsés y fajas que se usaban en esa época. Inician una campaña de concientización para que las mujeres abandonen estas prendas, así como los peinados con postizos. Julieta vestía únicamente de blanco y sin corsé.


A fines de 1910 se presenta para dar una cátedra en la carrera de Psiquiatría. Le dicen que no puede porque es extranjera y, se convierte en la primera mujer en obtener Carta de Ciudadanía. De todas maneras no puede obtener la cátedra porque declaran desierto el concurso.

Pero, con su Carta de Ciudadanía pide empadronarse para votar en las elecciones municipales, la anotan y vota. Por primera vez vota una mujer... poco tiempo después el Concejo Deliberante de la ciudad de Buenos Aires dicta una ordenanza para que eso no vuelva a suceder.

1916. Asume Irigoyen, gracias a la Ley de Sufragio Universal, secreto y obligatorio, pero las mujeres están ausentes.

Aparase la revista Nuestra Causa dirigida por Alicia Moreau. Julieta Lanteri escribe en ella sobre los derechos de las mujeres y sigue con sus reclamos.

En 1919 se presenta como candidata a Diputada. El estupor de la Junta Electoral sirve para ser aceptada. La votan 1730 hombres.


MARIA DEL CARMEN VINAS
Concejal
BLOQUE FRE.PA.SO.

Meses después funda el Partido Feminista Nacional, que será el antecedente más importante de la lucha sufragista. En la Carta Orgánica se define como único objetivo el voto de la mujer, una vez obtenido el mismo, el partido será disuelto.

El 7 de marzo de 1920 las mujeres del Partido Feminista hacen un ensayo de voto. Julieta se presenta como candidata a diputada, la ciudad aparece empapelada con su afiche. La plataforma electoral incluía entre otros puntos: sufragio universal e igualdad civil para ambos sexos, divorcio absoluto, igualdad civil para los hijos legítimos e ilegítimos. Obtiene pocos votos: 3600, pero la virtud de concitar la atención de la prensa y el interés popular hacia la situación de las mujeres.

En 1926 se reforma el Código Civil, se le reconocen algunos derechos a las mujeres.

1930. Un golpe militar derroca al gobierno de Hipólito Irigoyen. Los conservadores asumen a sangre y fuego nuevamente la conducción del país. Se produce un retroceso en todos los ámbitos. La represión va anulando las protestas. El movimiento feminista decae.

En 1932 Julieta Lanteri, pese a la advertencia de sus mas allegados, se pronuncia con dureza en contra de un impuesto que querían imponerle a los hombres solteros para obligarlos a casarse. Ella dice que es una ofensa hacia las mujeres.

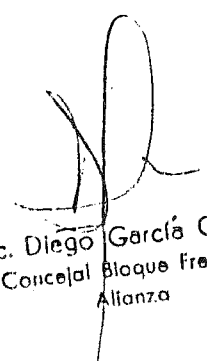
Pocos días después, el 23 de febrero de 1932, es atropellada por un automóvil conducido por un simpatizante de la Liga Patriótica. Muere en un hospital dos días mas tarde.

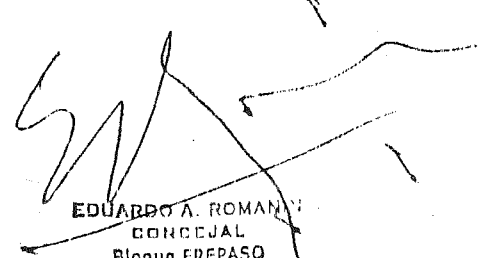
Su proclama cobra vigencia cada vez que un derecho es conculcado, cada vez que una mujer siente que tiene trato diferencial, que, es decir, desigual. Ella decía:

“Yo, Julieta Lanteri declaro que mis actos son una afirmación de mi conciencia, una afirmación de mi independencia y una afirmación de mi sexo del cual estoy orgullosa. Por eso lucharé en el movimiento feminista hasta lograr todos los derechos civiles y políticos que nos permitan a las mujeres construir junto a los hombres una patria justa, libre y soberana”.

Creemos pues, que el presente proyecto de Ordenanza, constituirá un importante aporte, en pos de alentar los cambios culturales necesarios para lograr la igualdad entre hombres y mujeres.


MARIA DEL CARMEN VIÑAS
Concejal
BLOQUE FRE.PA.SO


Ulic. Diego García Conde
Concejal Bloque Frepaso
Alianza


EDUARDO A. ROMAN
CONCEJAL
Bloque FREPASO