

Legislación extranjera para prevenir estereotipos contra la mujer en la publicidad y medios de comunicación

Está enfocada en apoyar preferentemente el trabajo de las Comisiones Legislativas de ambas Cámaras, con especial atención al seguimiento de los proyectos de ley, contribuyendo a la certeza legislativa y a disminuir la brecha de disponibilidad de información y análisis entre Legislativo y Ejecutivo.

El derecho internacional de los derechos humanos establece a los Estados la obligación de eliminar la discriminación contra hombres y mujeres en todos los ámbitos de la vida (Naciones Unidas, 2016).

El Comité sobre la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer, ha manifestado a Chile su preocupación por la persistencia de estereotipos tradicionales respecto a las funciones y responsabilidades de las mujeres y los hombres en la familia y en la sociedad chilena.

En las legislaciones extranjeras revisadas en España, los medios de comunicación social deben velar por la transmisión de una imagen plural y no estereotipada de mujeres y hombres. (Ley para la Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres). Por su parte, la Ley General de Publicidad, considera como publicidad ilícita los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria o discriminatoria, utilizando su cuerpo como objeto o su imagen asociada a comportamientos estereotipados.

En México, la Ley General de Acceso a una Vida Libre de Violencia exige al Estado la

vigilancia de los medios de comunicación para la erradicación de estereotipos de género y patrones de conducta violenta, sancionando su incumplimiento. Asimismo, la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión exige que se propicie la igualdad entre mujeres y hombres en la programación.

En Chile, se encuentran en tramitación legislativa varios proyectos de ley en la materia. En particular, el Boletín N°10.551-03, sanciona la promoción de estereotipos negativos hacia la mujer a través de mensajes publicitarios, mediante una modificación a la Ley de Prensa. Ello se condice con las recomendaciones internacionales, salvo por cuanto éstas últimas se extienden a la eliminación de la discriminación basada tanto en estereotipos femeninos como masculinos.

Asimismo, el Boletín N° 11.077-07 presentado este año por el Ejecutivo sobre el derecho de las mujeres a una vida libre de violencia, dispone medidas de prevención orientadas a los medios de comunicación.

Contacto

E-mail: atencionparlamentarios@bcn.cl
Tel.: (56)32-226 3168 (Valpo.)

El presente documento responde a una solicitud parlamentaria del Congreso Nacional, conforme a sus orientaciones y particulares requerimientos. Por consiguiente, tanto la temática abordada como sus contenidos están determinados por los parámetros de análisis acordados y por el plazo de entrega convenido. Su objeto fundamental no es el debate académico, si bien su elaboración observó los criterios de validez, confiabilidad, neutralidad y oportunidad en la entrega.

Paola Truffello G.

Abogado, Universidad Diego Portales
Postítulos en Derecho de Familia,
Mediación Familiar y Procesal Penal.
E-mail: ptruffello@bcn.cl
Tel.: (56) 32 2263185

Con la colaboración de James Wilkins B.

Introducción

El proyecto de ley Boletín N° 10.551-03, sanciona la promoción de estereotipos negativos hacia la mujer, a través de mensajes publicitarios.

Este informe desarrolla el marco jurídico general en el derecho internacional de los derechos humanos, que persigue eliminar la discriminación contra mujeres y hombres en todos los ámbitos de la vida, así como, las recomendaciones específicas que Chile ha recibido sobre la necesidad de eliminar actitudes basadas en estereotipos.

Luego se hace una referencia a distintos modelos que han seguido algunos países en la materia, profundizándose los casos de España y México, por tratarse de referentes de trabajo legislativo para los países latinoamericanos, y haber sido considerados para la elaboración del informe “Parlamentos sensibles al género” de la Unión Interparlamentaria (2011).

Finalmente, se analiza el proyecto de ley en tramitación, Boletín 10.551-03, y su vinculación con el Mensaje Presidencial (Boletín N° 11.077-07) sobre el derecho de las mujeres a una vida libre de violencia, que también aborda la temática desde los medios de comunicación.

El informe se orienta más bien a la regulación para la eliminación de estereotipos contra la mujer, por enmarcarse en lo que propone el proyecto de ley Boletín N° 10.551-03 cuyo análisis fue solicitado, sin perjuicio que la recomendación internacional se orienta hacia la eliminación de estereotipos de género, esto es, que afectan tanto a mujeres como hombres.

I. Marco jurídico general en el derecho internacional de los derechos humanos

Según precisa la Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos de Naciones Unidas (Naciones Unidas, 2016), el derecho internacional

de los derechos humanos establece a los Estados la obligación de eliminar la discriminación contra hombres y mujeres en todos los ámbitos de la vida, lo que exige adoptar medidas tanto en la esfera pública como privada.

Un estereotipo de género “es una opinión o un prejuicio generalizado acerca de los atributos o características que hombres y mujeres poseen o deberían poseer o de las funciones sociales que ambos desempeñan o deberían desempeñar” (Naciones Unidas, 2016). Se considera nocivo si limita la capacidad de las personas para desarrollar sus facultades personales y tomar decisiones sobre sus vidas, es decir, cuando atenta contra los derechos y libertades fundamentales (Naciones Unidas, 2016).

En materia de igualdad de género y prohibición de discriminación contra la mujer, Chile ha asumido obligaciones mediante la suscripción de dos instrumentos internacionales. A nivel de Naciones Unidas, la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer (CEDAW¹), vigente en Chile desde 1989 y la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, vigente en Chile desde el 2008. Y en el plano interamericano, la Convención Interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer (Convención de Belém do Pará), vigente en Chile desde 1998².

Asimismo, destacan en esta materia los Principios de Yogyakarta (2007), los que pese a ser un

¹ CEDAW es la sigla en inglés de la “*Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women*”.

² La Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, vigente en Chile también contempla la obligación para el Estado de adoptar medidas para luchar contra los estereotipos, los prejuicios y las prácticas nocivas respecto de las personas con discapacidad, incluyendo los que se basan en el género (art. 8, 1, b).

instrumento de *soft law*³, constituyen un antecedente relevante, en tanto han sido elaborados por una comisión de expertos a petición de la Alta Comisionada de Naciones Unidas (ONU) para los Derechos Humanos (Del Pino y Verbal, 2015:183).

Chile asumió el compromiso de aplicar estos principios en sus políticas internas, según da cuenta el Informe Periódico Universal (EPU) de 2009 del Consejo de Derechos Humanos de la ONU (EPU, 2009: 20).

Sobre la materia, los Principios de Yogyakarta recomiendan que los medios de comunicación eviten el uso de estereotipos en cuanto a la orientación sexual y la identidad de género, promuevan la tolerancia y aceptación de la diversidad de la orientación sexual y la identidad de género humanas y sensibilicen al público en torno a estas cuestiones (Principio 29, Recomendaciones Adicionales).

1. Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer

La *CEDAW* define la discriminación contra la mujer como “toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que tenga por objeto o por resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por la mujer, independientemente de su estado civil, sobre la base de la igualdad del hombre y la mujer, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural y civil o en cualquier otra esfera” (art. 1 y 2).

En lo que respecta a los estereotipos, la *CEDAW* dispone que los Estados parte deben tomar medidas para:

[m]odificar los patrones socioculturales de conducta de hombres y mujeres con miras a alcanzar la eliminación de los prejuicios y las prácticas consuetudinaria y de cualquier otra índole que estén basados en la idea de la inferioridad o superioridad de cualquiera de los sexos o en funciones estereotipadas de hombres y mujeres (art. 5, a);

La eliminación de todo concepto estereotipado de los papeles masculino y femenino en todos los niveles y en todas las formas de enseñanza, mediante el estímulo de la educación mixta y de otros tipos de educación que contribuyan a lograr este objetivo y, en particular, mediante la modificación de los libros y programas escolares y la adaptación de los métodos de enseñanza (art. 10, c).

El Comité sobre la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer (el Comité) órgano que examina la aplicación de la Convención por los Estados parte, manifestó a Chile su preocupación por la persistencia de estereotipos tradicionales respecto a las funciones y responsabilidades de las mujeres y los hombres en la familia y en la sociedad chilena, y recomendó desarrollar una estrategia general para modificar y/o eliminar las actitudes basadas en estereotipos (CEDAW/C/CHL/CO/5-6, 2012).

2. Convención Belem do Pará y Corte Interamericana de Derechos Humanos

La Convención Belem do Pará, reconoce que el derecho de toda mujer a una vida libre de violencia, incluye el ser valorada y educada libre de patrones estereotipados de comportamientos y prácticas sociales y culturales basadas en conceptos de inferioridad y subordinación (art. 6, b).

Asimismo, según esta Convención, los Estados deben adoptar en forma progresiva, programas para modificar los patrones socioculturales de conducta de hombres y mujeres, para contrarrestar prejuicios y costumbres basados en papeles estereotipados para el hombre y la mujer que legitiman o exacerban la violencia contra esta última (art. 8, b).

³ *Soft Law* se refiere a “derecho blando” es decir no vinculante directamente para los Estados (Del Pino y Verbal, 2015).

Por su parte, la Corte Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), en sentencia de 2009, se refirió al rol de los estereotipos de género, en la violencia y discriminación contra la mujer:

“401. En similar forma, el Tribunal considera que el estereotipo de género se refiere a una pre-concepción de atributos o características poseídas o papeles que son o deberían ser ejecutados por hombres y mujeres respectivamente. Teniendo en cuenta las manifestaciones efectuadas por el Estado (supra párr. 398), es posible asociar la subordinación de la mujer a prácticas basadas en estereotipos de género socialmente dominantes y socialmente persistentes, condiciones que se agravan cuando los estereotipos se reflejan, implícita o explícitamente, en políticas y prácticas, particularmente en el razonamiento y el lenguaje de las autoridades de policía judicial, como ocurrió en el presente caso. La creación y uso de estereotipos se convierte en una de las causas y consecuencias de la violencia de género en contra de la mujer”.

Según Cardoso (2015:9), si bien son los individuos quienes ejecutan conductas de elección de roles, dicha elección está influenciada por los estereotipos a los que estuvieron expuestos en su proceso de socialización. En éste juegan un importante rol, la familia, otras personas relevantes y los medios de comunicación.

II. Marcos jurídicos nacionales relativos a estereotipos contra la mujer en la publicidad y medios de comunicación

El análisis del marco jurídico comparado relativo al sexismo en la publicidad (*Public International Law & Policy Group*, 2015:2) da cuenta que esta materia es abordada en las legislaciones nacionales mediante (1) legislación de no discriminación contra la mujer, (2) leyes de medios y (3) órganos de control en dichas materias.

Según el Estudio *Public International Law & Policy Group* (2015), algunos Estados prohíben la publicidad sexista, otros establecen prohibiciones más genéricas relacionadas con violaciones de los derechos humanos o la dignidad de las personas, mientras que otro grupo de Estados, evita prohibir la publicidad sexista, para dar primacía a la libertad de expresión.

El citado estudio muestra que algunas legislaciones (como las de Noruega y Dinamarca) prohíben expresamente la publicidad sexista y consideran como una infracción a la ley, el uso del cuerpo de una modelo cuando es irrelevante para el producto en cuestión. Otros países abordan la temática de manera más general (como Francia, Alemania y Bulgaria) otorgando a la dignidad de las personas un importante rol para evaluar el contenido de los anuncios. El órgano regulador francés, con frecuencia ha considerado que la representación degradante de la mujer infringe la legislación francesa. En tanto en Alemania y Bulgaria, se ha condenado la representación del cuerpo femenino como objeto sexual.

Destaca también el rol que cumple el órgano de control, en el Reino Unido se ha considerado en numerosas ocasiones como una infracción, la representación sexual de la mujer en la publicidad.

Por último y en sentido contrario, sostiene el citado estudio, que tanto Suecia y Estados Unidos de América no contemplan una expresa regulación en la materia debido a la importante protección que estos países otorgan a la libertad de expresión.

A continuación se analiza la regulación existente en México y España en esta materia, en tanto constituyen países referentes de trabajo legislativo para Latinoamérica y además han sido considerados para la elaboración del reporte “Parlamentos sensibles al género” de la Unión Interparlamentaria (UIP, 2011). En dichos países la materia es abordada en leyes sobre igualdad efectiva entre hombres y mujeres (España) y leyes que proscriben la violencia contra la mujer (México), así como, en las leyes de publicidad (España) y Telecomunicaciones (México).

1. España

En España, la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres y, la Ley 34/1988 General de Publicidad, establecen disposiciones sobre la utilización de la imagen de la mujer en materia publicitaria.

La primera de ellas, tiene por objeto hacer efectivo el derecho de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, mediante la eliminación de la discriminación de la mujer, en cualquier ámbito de la vida, especialmente en las esferas política, civil, laboral, económica, social y cultural (art. 1).

En el Título III de la ley, referido a “Igualdad y Medios de Comunicación” se dispone específicamente que los medios de comunicación social de titularidad pública deben

[V]elar por la transmisión de una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de mujeres y hombres en la sociedad, y promoverán el conocimiento y la difusión del principio de igualdad entre mujeres y hombres (art. 36).

Por su parte, los medios de comunicación social de titularidad privada deben respetar también la igualdad entre mujeres y hombres y evitar cualquier tipo de discriminación (art. 39).

Finalmente, la publicidad que comporte una conducta discriminatoria de acuerdo con la Ley para la igualdad efectiva de hombres y mujeres, se considera publicidad ilícita, de conformidad con lo previsto en la legislación general de publicidad y comunicación audiovisual (art. 41).

En específico, la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad considera como publicidad ilícita

[L]os anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria o discriminatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero

objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulneren los fundamentos de nuestro ordenamiento coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género (art. 3, a).

2. México

En México, la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia (2007), exige a distintos órganos del Estado, la vigilancia de los medios de comunicación para la erradicación de estereotipos de género y patrones de conducta violenta, sancionando su incumplimiento.

La citada ley tiene por objeto establecer la coordinación nacional para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres, así como, los principios y modalidades que garanticen el acceso de la mujer a una vida libre de violencia que favorezca su desarrollo y bienestar según los principios de igualdad y no discriminación (art. 1). Según indica la Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra la Mujer de este país, esta ley definió por primera vez los tipos de violencia contra la mujer, distinguiendo entre violencia física, patrimonial, económica, sexual y otra análoga que dañe o pueda dañar la dignidad, integridad o libertad de la mujer (Comisión Nacional, 2017).

La ley dispone como medidas específicas para prevenir, atender, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer, la vigilancia de los medios de comunicación para que: (1) no fomenten la violencia contra las mujeres y (2) favorezcan la erradicación de todos los tipos de violencia, para

fortalecer el respeto a los derechos humanos y la dignidad de las mujeres⁴ (art. 38, VIII).

Asimismo, la ley contempla como obligaciones del Estado⁵:

- Vigilar que los medios de comunicación no promuevan imágenes estereotipadas de mujeres y hombres, y eliminen patrones de conducta generadores de violencia (art. 41, XVIII).
- Vigilar y promover directrices para que los medios de comunicación favorezcan la erradicación de todos los tipos de violencia y se fortalezca la dignidad y el respeto hacia las mujeres (art. 42, X).
- Sancionar conforme a la ley, a los medios de comunicación que no cumplan con lo estipulado precedentemente (art. 42, XI).

Por su parte, la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (2014), en relación a los contenidos audiovisuales, exige que se propicie la igualdad entre mujeres y hombres (entre otros aspectos, como la integración de las familias o el desarrollo armónica de la mujer) en la programación que se difunda por radiodifusión o televisión y audio restringidos (art. 223). Asimismo, dicha ley contempla la promoción del derecho de las mujeres a una vida libre de violencia como una exigencia de la programación radiodifundida dirigida a niños, niñas y adolescentes (art. 226, XIII).

III. Proyectos de ley en Chile

⁴ Ello corresponde a una de las atribuciones del Programa que la ley crea para prevenir, atender, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres.

⁵ En materia de prevención, atención, sanción y erradicación de la violencia contra las mujeres, la ley distribuye las competencias de acción en la Federación, las entidades federativas, el Distrito Federal y los municipios. Para efectos de este análisis nos referimos en general al Estado de México.

A continuación, se analizan dos proyectos de ley, relacionados a esta materia.

1. Moción, Boletín 10.551-03

- a. Propuesta original de la iniciativa y modificación del soporte legal

El proyecto de ley, Boletín N° 10.551-03, sanciona la promoción de estereotipos negativos hacia la mujer, a través de mensajes publicitarios. Para ello, originalmente la iniciativa proponía modificar la Ley N° 19.496 que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, agregando un nuevo artículo 28 C al párrafo 1° del Título III y establece la siguiente conducta infraccional:

[C]omete infracción a las disposiciones de esta ley el que, a sabiendas o debiendo saberlo y a través de cualquier tipo de mensaje publicitario promueve estereotipos negativos hacia la mujer.

Luego de su tramitación en la Cámara de Diputados, se reemplazó el soporte legal a modificar por la Ley N° 19.733 sobre libertades de opinión e información y ejercicio del periodismo, (Ley de Prensa) para agregar el siguiente artículo 31 bis:

[E]l que por cualquier medio de comunicación social promueva, a través de uno o más mensajes publicitarios, estereotipos destinados a degradar, menoscabar, vejar o discriminar a la mujer, será sancionado con multa de hasta 50 unidades tributarias mensuales.

- b. Observaciones a la iniciativa

- Adecuación a la exigencia internacional

El propósito de la moción se enmarca en las exigencias internacionales a Chile ya referidas, sin embargo, esto es la eliminación de estereotipos que denigren o discriminen a la mujer.

Sin embargo, debe tenerse presente que las recomendaciones internacionales se extienden en todo caso, a prohibir la discriminación tanto contra las mujeres como los hombres. Así lo dispone la CEDAW en su art. 5 a) y 10 c).

En ese marco, la iniciativa podría, por ejemplo, referirse a “estereotipos de género”, como lo hace el derecho internacional.

- Soporte legal

La modificación del soporte legal parece adecuada en consideración a que el objetivo de la Ley N° 19.496 es "normar las relaciones entre proveedores y consumidores" y las infracciones que establece corresponden a conductas "en perjuicio del consumidor" (art. 1).

Así, para que la infracción pueda ser sancionada conforme la Ley N° 19.496, sería necesario que la víctima de la conducta sea un "consumidor" en los términos del artículo 2, esto es, una persona natural o jurídica que, en virtud de cualquier acto jurídico oneroso, adquiera, utilice, o disfrute, como destinatario final, bienes o servicios.

Por lo anterior, no bastaría la conducta que se pretende sancionar sea efectivamente satisfecha por un proveedor de bienes y servicios, sino que además sería necesario que exista entre éste y un consumidor, una relación de consumo.

De esta forma, la infracción que se pretende establecer, parece encontrar soporte más adecuado en la Ley N° 19.733 sobre libertades de opinión e información y ejercicio del periodismo, en los términos aprobados en primer trámite.

Dicha ley, en su Título V (párrafo 31) dispone de un catálogo de delitos cometidos a través de medios de comunicación social, cualquiera sea su soporte. Ello, considerando que de acuerdo con la propuesta en comento, la conducta asociada requiere que se cometa a través de mensajes publicitarios, y los medios de comunicación social constituyen el principal canal para la emisión de dichos mensajes.

En este sentido, el artículo 31 de la citada ley sanciona con multa al

[q]ue por cualquier medio de comunicación social, realizare publicaciones o transmisiones destinadas a promover odio u hostilidad respecto de personas o colectividades en razón de su raza, sexo, religión o nacionalidad (...).

Debe tenerse presente que, la incorporación de la infracción propuesta en este cuerpo normativo, excluiría de sanciones a aquellas conductas ejercidas mediante mensajes publicitarios directos, esto es, no emitidos a través de medios de comunicación social, como por ejemplo de la publicidad caminera.

Finalmente, la inclusión de la infracción en la Ley de Prensa, se condice con legislación extranjera revisada que aborda esta materia especialmente en leyes de publicidad (España) y Telecomunicaciones y Radiodifusión (México). Sin embargo, en dichos países esta materia se incluye en un marco normativo más amplio que supone la existencia de leyes para la igualdad efectiva de la mujer (España) o de acceso de la mujer a una vida libre de violencia (México).

A ello se orienta el Boletín N° 11.077-07 presentado este año por el Ejecutivo sobre el derecho de las mujeres a una vida libre de violencia, el que se indica a continuación.

2. Mensaje, Boletín N° 11.077-07

El Mensaje Presidencial, Boletín N° 11.077-07 sobre el derecho de las mujeres a una vida libre de violencia, ingresado el 2017, dispone medidas de prevención orientadas a los medios de comunicación.

El proyecto contempla la obligación del Estado de promover que los medios de comunicación social respeten y fomenten la protección de la igualdad entre hombres y mujeres.

Para ello los medios deberán adoptar medidas para que la difusión de información sobre la violencia contra las mujeres respete la protección de los derechos humanos, la libertad y la dignidad de las

mujeres víctimas de violencia y de sus hijas e hijos (art. 11).

En particular, dispone el Proyecto, el Consejo Nacional de Televisión deberá hacerlo de conformidad a lo establecido en el artículo 1 de la ley N° 18.838. Dicha norma, ordena al Consejo

velar por el correcto funcionamiento de los servicios de televisión, lo que supone el permanente respeto a través de la programación de la dignidad humana y su expresión en la igualdad de derechos y trato entre hombres y mujeres.

Referencias

- Cardoso E. (2015). Mujeres y estereotipos de género en la jurisprudencia de la Corte Interamericana de Derechos Humanos. *Eunomía. Revista en Cultura de la Legalidad*, N° 9, octubre 2015-marzo 2016, pp. 26-48.
- CEDAW/C/CHL/CO/5-6 (2012). *Comité sobre la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer. Observaciones finales sobre los informes periódicos quinto y sexto de Chile, adoptadas por el Comité en su 53° período de sesiones (1° a 19 de octubre de 2012)*. Disponible en: http://tbinternet.ohchr.org/_layouts/treatybodyexternal/Download.aspx?symbolno=CEDAW%2fC%2fCHL%2fCO%2f5-6&Lang=en (agosto 2017)
- Comisión Nacional. (2017). *Documento Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia*. Disponible en: <https://www.gob.mx/conavim/documentos/ley-general-de-acceso-de-las-mujeres-a-una-vida-libre-de-violencia-pdf> (agosto, 2017).
- Comité sobre la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer (2012). *Observaciones finales sobre los informes periódicos quinto y sexto de Chile, adoptadas por el Comité en su 53° período de sesiones (1° al 19° de octubre de 2012)*. Disponible en: http://tbinternet.ohchr.org/_layouts/treatybodyexternal/Download.aspx?symbolno=CEDAW%2fC%2fCHL%2fCO%2f5-6&Lang=en (octubre, 2016)
- Corte Interamericana de Derechos Humanos (2009). *Sentencia del caso “Campo Algodonero”, Caso González y Otras VS. México*. Disponible en http://www.corteidh.or.cr/docs/casos/articulos/seriec_205_esp.pdf (agosto, 2017)
- Del Pino y Verbal. (2015). El proyecto de ley de identidad de género. Una aproximación a sus disposiciones y fundamentos. *LIMINALES. Escritos sobre psicología y sociedad*. Universidad Central de Chile. Vol. I, N° 07. Disponible en: <http://bcn.cl/21rog> (agosto, 2017).
- EPU. (2009). *Examen Periódico Universal. Informe del Grupo de Trabajo sobre el Examen Periódico Universal*. Disponible en: <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G09/139/25/PDF/G0913925.pdf?OpenElement> (agosto, 2017).
- Naciones Unidas (2016). Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos. *Los estereotipos de género y su utilización*. Disponible en: <http://www.ohchr.org/SP/Issues/Women/WRGS/Pages/GenderStereotypes.aspx> (agosto, 2017).
- Principios de Yogyakarta (2007). Disponible en: http://data.unaids.org/pub/manual/2007/070517_yogyakarta_principles_en.pdf (agosto, 2017).

Public International Law & Policy Group (2015). Marcos jurídicos relativos a la publicidad sexista. Comparación de sistemas nacionales. Disponible en: <http://pilpnjcm.nl/wp-content/uploads/2015/12/150609-PILP-sexism-comparative-practice-memo.pdf> (agosto, 2017)

Unión Interparlamentaria. (2011). *Parlamentos sensibles al género*. Disponible en: <http://www.ipu.org/pdf/publications/gsp1lex-s.pdf> (agosto, 2017).

Textos normativos

Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer, CEDAW.

Convención Interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer (Convención de Belém do Pará).

Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad y su Protocolo Facultativo.

Chile. Ley N° 19.733 sobre libertades de opinión e información y ejercicio del periodismo. Disponible en: www.leychile.cl (agosto, 2017).

Ley N° 19.496 que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, Disponible en: www.leychile.cl (agosto, 2017).

España. Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. Disponible en: http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/lo3-2007.html (agosto 2017).

Ley 34/1988 General de Publicidad. Disponible en: http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/134-1988.t2.html#t2 (agosto, 2017).

Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género. Disponible en: http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/lo1-2004.html (agosto, 2017).

México. Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia (2007) Disponible en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/209278/Ley_General_de_Acceso_de_las_Mujeres_a_una_Vida_Libre_de_Violencia.pdf (agosto, 2017)

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Disponible en: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1_240217.pdf (agosto, 2017).

Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. (2014). Disponible en: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFTR_270117.pdf (agosto, 2017).