

México, D.F. a los 16 días del mes de mayo de 2014

**Asunto:** Queja por la violación de los derechos humanos derivada de la campaña del Gobierno del Distrito Federal: “No le des la espalda, dale pecho”

**A la Presidenta de la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal  
Doctora Perla Gómez Gallardo**

Con fundamento en los artículos 17, fracción I y 27 de la Ley de la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal y 84 del Reglamento Interno de la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal **los afectados:** Esteban Beristain Gallegos, Leticia Bonifaz Alfonzo, Natalia Calero Sánchez, Miriam Grunstein Dickter, Abigail Martínez, Paulina Ojesto, Bertha Tapia, Ana Gabriela Fernández, Imelda Guevara Olvera, Víctor David Casas Córdova y Estefanía Vela Barba, quienes señalan como domicilio para oír y recibir notificaciones el ubicado en \*\*\*\*\*, en México, D.F., presentan **queja por violaciones al derecho a la información, en su relación con el ejercicio en condiciones de no discriminación del derecho a la lactancia y a la vida privada y familiar.**

**Servidor público o autoridad a quien se le imputan los hechos:** Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Dr. Miguel Ángel Mancera Espinosa y el Secretario de Salud del Distrito Federal, Dr. Armando Ahued Ortega.

### **Hechos**

El Gobierno del Distrito Federal, a través de su Jefe de Gobierno y Secretario de Salud, lanzó el miércoles pasado (14 de mayo de 2014), una campaña informativa para promover la lactancia materna. Es una campaña cuyo lema principal, según se desprende de los cuatro carteles liberados –mismos que se anexan al final de este documento–, es: “No le des la espalda, dale pecho”. Partimos del supuesto de que esta campaña informativa se enmarca en una política pública más amplia para la promoción de la lactancia materna (política pública que incluye, según se reportó en los medios de comunicación,<sup>1</sup> la instalación de dos bancos de leche materna y lactarios en edificios públicos, por ejemplo; política pública que, además, se presenta a la par de que en la Asamblea Legislativa del Distrito Federal se está dictaminando una iniciativa de la lactancia materna). Cabe aclarar que esta queja, sin embargo, es una denuncia solamente en contra de la campaña informativa y no la política pública más amplia en cuestión.

---

<sup>1</sup> “Instalará gobierno bancos de leche materna en dos hospitales”, *La Jornada*, 15 de mayo de 2014, <http://www.jornada.unam.mx/2014/05/15/capital/041n1cap>; “Campaña de lactancia, ‘para mujeres egoístas que no quieren perder la figura’”, *Animal Político*, 15 de mayo de 2014, <http://www.animalpolitico.com/2014/05/camila-sodi-exige-gdf-deslindarla-de-campana-de-lactancia-materna/#axzz31p9HoSSf>

## Queja

Según la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), todas las autoridades, en el ámbito de sus competencias, están obligadas a *promover* el ejercicio de los derechos de las personas (artículo 1, párrafo tercero). Una de las formas paradigmáticas para promover el ejercicio de los derechos es difundiendo información relacionada con los mismos. Por esto importa vigilar no sólo las políticas públicas que desarrolla el Estado, sino la información que provee respecto de las mismas: porque ésta se convierte en una llave de acceso para el ejercicio de los derechos. Ahora bien, la información que directamente le provee el Estado a las personas debe ajustarse a diversos estándares. Precisamente porque se trata del Estado, la información que provee debe apegarse al régimen de los derechos humanos –esto es, no puede aludir o proponer esquemas que, en la práctica, resultarían violatorios de los mismos– y debe hacerlo apegándose a los avances científicos. Cuando la información que provee está, además, relacionada con temas de género, debe estar libre de estereotipos para cumplir con el mandato establecido en la Convención Sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación Contra la Mujer (CEDAW, artículo 5, inciso a).

Partimos del supuesto de que esta campaña informativa tiene un propósito apegado al régimen de derechos humanos: busca promover, a través de la información, el derecho que tienen las mujeres a la lactancia –reconocido en la CPEUM (artículo 123, apartado A, fracción V) y en la CEDAW (artículo 12, párrafo 2)– y el derecho a una alimentación nutritiva, suficiente y de calidad de los niños y niñas, también reconocido en la CPEUM (artículo 4, párrafos tercero y octavo). **El problema con la campaña, desde aquí, no es el fin que persigue, sino cómo lo persigue:** excluyendo las diversas realidades que viven las madres, padres, niños y niñas mexicanas; condenando, más que informando a las madres sobre la lactancia; y reduciendo un problema social que involucra a múltiples actores –a los padres y no sólo a las madres; a los espacios de trabajo; a las instituciones de salud pública; y a la ciudadanía y el espacio público, en general– a uno solo: la madre que, si no le da pecho, le da la espalda a su bebé.

### I. La obligación de promover los derechos humanos y el derecho a la información

El artículo 1, párrafo tercero de la CPEUM establece, a su letra, que “todas las autoridades, en el ámbito de sus competencias, tienen la obligación de promover, respetar, proteger y garantizar los derechos humanos”. La obligación de *promover* el ejercicio de los derechos humanos se caracteriza “por el deber de desarrollar condiciones para que los titulares del derecho” lo gocen.<sup>2</sup> Desde esta perspectiva, la **información** sobre los derechos, al comunicarle a las personas cuáles son y cómo los hacen valer, se convierte en una de las condiciones fundamentales que promueven su ejercicio. Además de la obligación general de promover el ejercicio de los derechos humanos, el derecho a la información, en particular, le impone al Estado la obligación de directamente proveerle a las personas la información requerida para el ejercicio de sus derechos. Ello ya que le genera la obligación de “producir o capturar la información que necesita para el cumplimiento de sus deberes”,<sup>3</sup> lo que incluye la promoción, respeto, garantía y protección de los derechos humanos. El fundamento de este derecho es el mismo artículo 6 de la CPEUM, el artículo 13 de

---

<sup>2</sup> Víctor Abramovich y Christian Courtis, *Los derechos sociales como derechos exigibles*, Editorial Trotta, 2004, p. 29.

<sup>3</sup> Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, *El derecho de acceso a la información en el marco jurídico interamericano*, OEA/Ser. L/V/II, 30 de diciembre de 2009, pp. 9-10.

la Convención Americana Sobre Derechos Humanos y el 19 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos.

La obligación de proveer información no significa, sin embargo, que el Estado pueda proporcionar *cualquier* tipo de información. Ésta está sujeta a diversas condiciones, para que se pueda considerar que el Estado efectivamente cumple con su obligación:

- La información que el Estado directamente provee debe de estar encaminada a hacerle saber a las personas 1) cuáles son los derechos con los que cuentan y 2) cómo los pueden ejercer. Este es el primer parámetro desde el cual se debe juzgar una campaña informativa.
- La información que el Estado directamente provee debe estar apegada a hechos que fundamenten sus pronunciamientos; por esta razón debe existir un deber especial de constatación razonable de los hechos.<sup>4</sup>
- La información que el Estado directamente provee no puede constituir una violación a los derechos humanos. No se puede hacer alusión a un esquema que esté sustentado en un desconocimiento o abierta violación de algún derecho humano.<sup>5</sup>
- La información que el Estado directamente provee debe estar libre de estereotipos de género.<sup>6</sup>

Si bien en las democracias constitucionales la libertad de expresión debe potenciarse –lo que implica interpretar sus límites siempre de la manera más restrictiva posible–, el presente caso no implica el ejercicio de la libertad de expresión por parte de una ciudadana, ni siquiera por parte de un funcionario público. Se trata de una campaña informativa financiada con recursos públicos y difundida por y en nombre del Gobierno del Distrito Federal. Lo que el Estado, como Estado, puede y debe decir se rige por principios y reglas diferentes a las del resto de las personas que participan en la deliberación pública. La pregunta es si la campaña “No le des la espalda, dale pecho” cumple con estos estándares. La respuesta, para nosotros, es que no.

## **II. La campaña “No le des la espalda, dale pecho” incumple con los requisitos exigibles a la información que provee el Estado, por lo que viola el derecho a la información, en su relación con el ejercicio en condiciones de no discriminación del derecho a la lactancia y a la vida privada y familiar.**

### **A) Porque es una campaña que reproduce estereotipos de género**

El primer problema con la campaña gubernamental es que reproduce estereotipos de género, tanto con lo que representa, como con lo que omite. Asignar estereotipos, como ha sido reconocido por la literatura constitucional y convencional, es parte de la naturaleza humana. “Es la forma en [la] que categorizamos a las personas, con frecuencia inconscientemente, en grupos o tipos particulares. Es el proceso de atribuirle a un individuo, características o roles únicamente en

---

<sup>4</sup> Comisión Interamericana de Derechos Humanos, *Informe Anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos 2009: Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión*, OEA/Ser. L/VII, doc. 51, 30 de diciembre de 2009, P. 292, párr. 203.

<sup>5</sup> *Ibid.*, p. 292, párr. 204.

<sup>6</sup> “Los Estados Partes tomarán todas las medidas apropiadas para: a) Modificar los patrones socioculturales de conducta de hombres y mujeres, con miras a alcanzar la eliminación de los prejuicios y las prácticas consuetudinarias 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.” CEDAW, artículo 5, inciso a).

razón de su aparente membresía a un grupo particular.”<sup>7</sup> Los estereotipos de género son los que se producen cuando a una persona, sea por ser mujer o por ser hombre, se le imputan capacidades, actitudes, deseos, intereses, posibilidades, vidas o hasta derechos *sólo* por el sexo que le ha sido asignado.

La campaña del Gobierno del Distrito Federal reproduce estereotipos de género, vulnerando el derecho a la no discriminación, de las siguientes formas:

- 1) Sólo representa a un tipo de madre: aquella que gestó, se convirtió en madre, es fisiológicamente capaz de lactar y tiene la posibilidad de amamantar, por lo que resulta válido exigirselo: “no le des la espalda, dale pecho”. Si bien hay mujeres que se encuentran en este supuesto, muchas no lo están. Hay mujeres que gestan, pero que no se convierten en las madres de los niños y niñas (ya que los dan en adopción, por ejemplo); hay mujeres que se convirtieron en madres sin haber gestado (ya que los adoptaron o fue su pareja la que se embarazó); hay mujeres que a pesar de haber dado a luz, no producen leche; hay madres que si bien pueden fisiológicamente lactar, por sus trabajos o contexto social más amplio, no siempre están en posibilidades de amamantar a sus hijos e hijas. La campaña gubernamental es ciega a todas estas vidas distintas, a todas estas mujeres: sólo ve a una –gestante, lactante, pudiente–, que termina por convertirse en el estándar a partir del cual se le juzga a todas. ¿Qué ocurre con las mujeres cuyos cuerpos no pueden lactar? ¿Qué ocurre con las mujeres cuyas vidas –laborales, sociales– les impiden amamantar? La campaña gubernamental no tiene una respuesta a estas preguntas. Parece ser que, en su lógica, **madre sólo hay una.**
- 2) Sólo representa a la madre y no al padre. La campaña no distingue entre darle a los niños y niñas leche materna y amamantarlos. Esta distinción es relevante, porque reconoce la posibilidad de que las personas que no fueron las que se embarazaron se puedan involucrar en el proceso de alimentar al bebé con la sustancia que se busca promover: *la leche materna*. La madre lactante no es la única interesada en la alimentación del bebé y en formar un vínculo a través de este acto. Existen otras personas, como lo pueden ser el padre o –no se puede ignorar en el Distrito Federal– los padres que busquen lo mismo: ver cómo le dan, directamente, lo mejor a sus hijos e hijas. La campaña, más que promover que *todas y todos* se involucren en el proceso, perpetúa la idea de que **sólo hay una persona responsable de la alimentación del bebé: la madre.**
- 3) Por último, la campaña, encima de que sólo representa la vida de un tipo de mujer y no contempla la de los hombres, perpetúa la idea de la madre como la persona que no puede, jamás, darle la espalda a su bebé. La madre es aquella que sacrifica hasta su cuerpo con tal de darle lo mejor a su hijo (nótese que el único personaje adicional al de la madre que aparece es un hijo). Si bien uno de los carteles afirma que amamantar “también” es un derecho de la mujer, el lema indica lo contrario: si se *elige* no amamantar –una posibilidad implícita en el hecho de que sea un *derecho*–, se le está dando la espalda al bebé. Ante su hijo, la madre no tiene más que obligaciones. Su cuerpo –su vida– debe someterse por completo a él. Cualquier otra cosa sería –en palabras del creador de esta

---

<sup>7</sup> Rebecca J. Cook & Simone Cusack, *Estereotipos de género. Perspectivas legales transnacionales*, Profamilia, 2010, p. 1; Suprema Corte de Justicia de la Nación, *Protocolo para juzgar con perspectiva de género. Haciendo realidad el derecho a la igualdad*, SCJN, 2013, México, <http://www.sitios.scjn.gob.mx/codhap/protocolo-para-juzgar-con-perspectiva-de-g%C3%A9nero-haciendo-realidad-el-derecho-la-igualdad>

campaña– “egoísta”.<sup>8</sup> En la lógica de esta campaña, **la buena madre es la que siempre antepone sus intereses a los de su hijo. Es la madre que se sacrifica para nunca darle la espalda a su bebé.**

## **B. Porque es una campaña que niega los derechos a la lactancia y a una vida privada y familiar**

Relacionado con el último punto, está el segundo gran problema con la campaña gubernamental: convierte al *derecho* que tienen las mujeres a decidir sobre su lactancia, en una obligación. Y no sólo las obliga a dar leche materna, las obliga a dar pecho: no hacerlo implica “darle la espalda” a su bebé. No hacerlo se convierte en un incumplimiento de sus obligaciones maternas. Esto es insostenible en nuestro régimen constitucional y convencional.

Sin duda, los niños y las niñas tienen un derecho a la salud y a la alimentación nutritiva, suficiente y de calidad (artículo 4, párrafos tercero y octavo de la CPEUM). También es cierto que los ascendientes, tutores y custodios tienen la *obligación de preservar* y exigir el cumplimiento de los derechos de los niños y niñas (artículo 4, párrafo noveno de la CPEUM). Ello, sin embargo, no significa que los padres y las madres están *obligadas a todo*.

La leche materna, a diferencia del resto de la comida, pasa por el cuerpo de las mujeres. No es lo mismo amamantar –valga la obviedad–, que comprar una manzana, hacerla papilla y dársela al bebé. Cumplir con la obligación de alimentar a un bebé no puede hacerse a costa de *exigirles* a las personas que literalmente utilicen *sus cuerpos* de cierta manera; o, como lo hace la campaña, a condenarlas por no usarlo de cierta forma. Más aún cuando ni siquiera se consideran las múltiples razones por las cuales las mujeres deciden no hacerlo. Conforme a nuestro régimen constitucional y convencional, amamantar no es una *obligación* de la mujer, sino algo que ella decide hacer. La labor del Estado es *respetar* –esto es, no intervenir en– y *proteger* –que otros no intervengan en– esta decisión, sea cual sea. El régimen constitucional y convencional, más que cuestionar la decisión de las mujeres respecto de su lactancia, obliga a ver todo lo demás: el contexto en el cual deciden, para ver cómo se generan mejores condiciones para el ejercicio de su decisión.

Además del derecho de *las mujeres* a decidir sobre su lactancia, está el derecho a la vida privada y familiar del que gozan tanto las madres, como los padres. Siguiendo la lógica de la Corte Interamericana de Derechos Humanos en el caso *Artavia Murillo y Otros vs. Costa Rica*, la vida privada y familiar protege la decisión de los hombres y de las mujeres de convertirse o no en padres y madres; así como la de cómo ejercer su maternidad y paternidad.<sup>9</sup> Una mujer puede decidir no dar pecho, pero sí dar leche materna de forma tal que su pareja –hombre o mujer– pueda alimentar al bebé. Aquí ambos estarían decidiendo cuál es la mejor manera, para *ellos*, de darle lo que consideran mejor a su bebé, de *vivir* esta relación. La campaña, ciega ante esta posibilidad, juzga las decisiones que, de hecho, muchas mujeres toman con sus parejas, en la intimidad constitucionalmente protegida de su familia.

---

<sup>8</sup> “Campaña de lactancia, ‘para mujeres egoístas que no quieren perder la figura’”, *Animal Político*, 15 de mayo de 2014, <http://www.animalpolitico.com/2014/05/camila-sodi-exige-gdf-deslindarla-de-campana-de-lactancia-materna/#axzz31p9HoSSf>

<sup>9</sup> Corte Interamericana de Derechos Humanos, Caso *Artavia Murillo y Otros (“Fecundación in vitro”) vs. Costa Rica*, sentencia de 28 de noviembre de 2012, pp. 44-47, [http://www.corteidh.or.cr/docs/casos/articulos/seriec\\_257\\_esp.pdf](http://www.corteidh.or.cr/docs/casos/articulos/seriec_257_esp.pdf)

### **C. Porque es una campaña que condena a una, cuando debe de proveer información para que todas las personas interesadas en la lactancia puedan efectivamente ejercer sus derechos**

Según el creador de esta campaña,<sup>10</sup> su público objetivo son las mujeres que, por miedo a perder su figura, deciden no amamantar. Esta afirmación ayuda a ilustrar de manera perfecta por qué la campaña incumple con los estándares a los que está sujeta la información que provee el Estado. Primero: la misma página de la Secretaría de Salud del Distrito Federal incluye, en la información que proporciona sobre la lactancia, la afirmación de que “amamantar te ayuda a recobrar tu figura”.<sup>11</sup> Esto es un ejemplo de cómo el gobierno puede abordar a las mujeres que tienen miedo a perder su figura, siempre que lo haga *dándoles información, no condenándolas* (aquí, claro, la información tendría que estar sustentada empíricamente). Los “Diez pasos para una feliz lactancia”,<sup>12</sup> promovidos por las Naciones Unidas e incorporados al orden jurídico mexicano a través de la Secretaría de Salud de la Federación,<sup>13</sup> son claros: hay que “informar a todas las mujeres embarazadas acerca de los beneficios y el manejo de la lactancia”. *Informar*, no condenar. Deben *convencer* a las mujeres de los beneficios de la lactancia materna con información, no generándoles culpas. De nuevo: el problema de la campaña está en el *cómo* pretende cumplir con sus propósitos, no en sus propósitos.

Segundo: si bien el público objetivo de la campaña puede ser este grupo de mujeres –las que *no* quieren amamantar porque podrían perder su figura–, al final, está dirigida a todas y todos. Y, en última instancia, *debe* estar dirigida a todas las personas involucradas en la lactancia. ¿Qué pasa cuando se consideran estos otros supuestos? ¿Qué ocurre cuando se *ven* las vidas y decisiones que muchas personas *de hecho* toman respecto a este tema? De nuevo: hay mujeres que quieren, pero no pueden darle leche a su bebé. ¿Qué hacer con ellas? Como lo hace la página de la Secretaría de Salud del Distrito Federal: darles información sobre cuáles son los sustitutos adecuados para alimentar a los niños y niñas, para empezar.<sup>14</sup> Una vez resuelto el problema de la alimentación del bebé, es necesario atender a las razones por las cuales las mujeres *no pueden* darles leche. Indagar en ello lleva a considerar las barreras –laborales y sociales y no sólo fisiológicas– que impiden la lactancia.

Todo el Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna de las Naciones Unidas parte del supuesto de que hay que *fomentar* la lactancia materna, sin jamás establecer que se debe *obligar* a las mujeres a hacerlo. Todo lo contrario: hay que promover las condiciones para que lo hagan. Ello implica reconocer que la lactancia depende no sólo del *deseo*

---

<sup>10</sup> *Ibid.*

<sup>11</sup> Secretaría de Salud del Distrito Federal, “Beneficios de la lactancia materna”, [http://www.salud.df.gob.mx/ssdf/index.php?option=com\\_content&task=view&id=5575&Itemid=329](http://www.salud.df.gob.mx/ssdf/index.php?option=com_content&task=view&id=5575&Itemid=329)

<sup>12</sup> OMS, “La lactancia materna elemento clave para reducir la mortalidad infantil”, 30 de julio de 2010, [http://www.who.int/mediacentre/news/notes/2010/breastfeeding\\_20100730/es/](http://www.who.int/mediacentre/news/notes/2010/breastfeeding_20100730/es/) ; UNICEF, “Ten Steps to Successful Breastfeeding”, *Protecting, Promoting and Supporting Breastfeeding: The Special Role of Maternity Services*, <http://www.unicef.org/newsline/tensteps.htm>

<sup>13</sup> ACUERDO por el que se establecen las acciones que deberán cumplirse para acreditar el fomento a la lactancia materna en los establecimientos de atención médica que se sujeten al procedimiento de Certificación del Consejo de Salubridad General, *Diario Oficial de la Federación*, 22 de junio de 2012, [http://www.cneqsr.gob.mx/images/stories/Programas/Salud\\_materna/Docs/lactanciamaterna.pdf](http://www.cneqsr.gob.mx/images/stories/Programas/Salud_materna/Docs/lactanciamaterna.pdf) ; ACUERDO por el que se establecen las directrices para fortalecer la política pública en lactancia materna, *Diario Oficial de la Federación*, 22 de octubre de 2012, [http://www.cneqsr.gob.mx/images/stories/Programas/Salud\\_materna/Docs/acuerdolactancia.pdf](http://www.cneqsr.gob.mx/images/stories/Programas/Salud_materna/Docs/acuerdolactancia.pdf)

<sup>14</sup> Secretaría de Salud del Distrito Federal, “Lactancia materna: Preguntas y soluciones a situaciones frecuentes”, [http://www.salud.df.gob.mx/ssdf/index.php?option=com\\_content&task=view&id=5577&Itemid=](http://www.salud.df.gob.mx/ssdf/index.php?option=com_content&task=view&id=5577&Itemid=)

de las mujeres, sino de factores fisiológicos, socioeconómicos, geográficos, arquitectónicos, laborales y culturales que también inciden en ello. Una campaña *gubernamental* con perspectiva de género debe de ver a las mujeres *y a los hombres* y todo lo que rodea sus vidas: lo que les permite o impide desarrollarlas, incluida su maternidad y paternidad, incluido lo que le pueden dar a sus hijos e hijas. Ello lleva a ver el papel que juegan los servicios de salud en las decisiones que toman. Las prácticas de comercialización que fomentan que se utilicen o no sustitutos de la leche materna. Las políticas empresariales que dificultan la lactancia materna. El rechazo social que en muchas partes se despliega en contra de las mujeres que dan pecho en público.

Una campaña gubernamental que busque promover el ejercicio del derecho de las mujeres a la lactancia, de las familias a decidir cómo mejor alimentar a sus bebés y de los niños y niñas a ser alimentados adecuadamente, se debería enfocar en información para que *efectivamente* se ejerzan estos derechos. ¿Qué pueden hacer las mujeres trabajadoras que se encuentran en empresas con prácticas hostiles a la lactancia materna? ¿A qué instancia acuden? ¿Qué pueden exigir? ¿Qué protecciones tienen las mujeres para dar pecho en público? ¿Qué pueden hacer los hombres que quieren darle leche materna a sus hijos e hijas? ¿Qué tecnologías existen para que ello sea posible? ¿Qué pueden hacer las mujeres cuando amamantar les lastima? ¿Qué solución existe para los y las que no tienen acceso a leche materna? Estas son sólo algunas de las preguntas que una campaña gubernamental interesada en promover la lactancia materna debería responder.

De nuevo: estamos ante una campaña *gubernamental*. Lo que se le puede exigir al Estado en la información que provee es distinto a lo que se le puede exigir al resto de las personas. El Estado incumple con su obligación de proveer información cuando, al hacerlo, reproduce estereotipos de género, desconoce, ignora o niega los derechos de las personas. Cuando en lugar de proveer información sobre el ejercicio de los derechos, condena. Cuando excluye realidades –clave, además, para el cumplimiento de sus objetivos–.

La campaña del Gobierno del Distrito Federal no *ve* a las mujeres como son, sino que las estereotipa; no les provee información sobre sus derechos, sino que las condena por ejercerlos; y las responsabiliza exclusivamente de un problema social mucho más complejo. Excluye a los hombres de la posibilidad de involucrarse en la alimentación de sus hijos e hijas; por no decir a todas las familias que, aunque quieren proveerles leche materna, no siempre tienen las condiciones para hacerlo. **Por esta razón, esta campaña incumple con los requisitos que debe reunir la información que el Estado provee para promover el ejercicio de los derechos.**

Como ciudadanos y ciudadanas interesados en el cumplimiento del Estado de nuestro derecho a la información, ante usted atentamente solicitamos:

**PRIMERO.** Se admita la presente queja por cumplirse con todos los requisitos procesales necesarios y se resuelva conforme a derecho.

**SEGUNDO.** Se dicte una resolución apegada al texto de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y a los tratados internacionales suscritos por el Estado Mexicano cuyo efecto, además de condenar al Gobierno del Distrito Federal por incumplir con su obligación de

promover el ejercicio de los derechos humanos en el sentido aquí expuesto, sea la suspensión de la campaña “No le des la espalda, dale pecho”.

### **PROTESTAMOS LO NECESARIO**

Esteban Beristain Gallegos

Leticia Bonifaz Alfonzo

Natalia Calero Sánchez

Miriam Grunstein Dickter

Abigail Martínez

Estefanía Vela Barba

Bertha Tapia

Imelda Guevara Olvera

Víctor David Casas Córdova

Paulina Ojesto



## Evidencia

### Imágenes de la Campaña del Gobierno del Distrito Federal

