

ELLAS NOSOTRAS TODAS



MUJERES DE LA MATRIA LATINOAMERICANA

*Dos mil doce. Más de dos siglos pasaron desde la Revolución de Mayo y esta América que soñamos fuerte, libre y generosa sigue caminando, buscando su definitiva independencia.*

*Pasos, traspies, avances, corridas, fueron dados por mujeres y varones en el intento permanente de construir la Matria Grande.*

*El relato de ese andar se olvidó de nosotras, las mujeres, sin embargo nuestra participación fue una constante en esta historia que tiene más de doscientos años, muchos más.*

*Las mujeres originarias, con un rol esencial en el desarrollo económico de sus comunidades, en la permanencia y transmisión de sus creencias ancestrales. Las que se pusieron de pie, tras la larga noche de violencia y saqueos sostenidos con cruces y espadas europeas.*

*Las que en cien años de revolución se convirtieron en líderes, caudillas y coronelas de ejércitos de pobres y desarrapadxs.*

*Las que de luchas y derechos hicieron su vida cotidiana, convirtiéndose en precursoras del Feminismo en la Argentina.*

*Las que protagonizaron una etapa de reconocimiento de derechos civiles y laborales.*

*Las que pusieron la pasión en armas luchando por un país justo y solidario. Combatiendo dictaduras, poniendo el cuerpo por amor a la patria.*

*Las mujeres, las madres de todxs que acompañamos en un grito: "Luchamos, resistimos. No olvidamos, no perdonamos. Aparición con vida y castigo a los culpables".*

*Las mujeres que con pancartas de pan y trabajo, salieron de sus casas, cortaron rutas, se juntaron, resistieron la ferocidad del modelo neoliberal.*

*Negras, blancas, indias, pelearon bajo el sol y el frío latinoamericano. Cabellos de todos los colores se agitaron por los vientos de esta gran geografía que queremos nuestra.*

*Manos ajadas, tersas, pequeñas, grandes manos, sembraron, empuñaron sables y fusiles, tejieron, contaron cuentos, revolviéron ollas gigantes con orgullo y valentía.*

*Cuerpos endemoniados, llenos de furia y amor sosteniendo el estandarte por la libertad de nuestros pueblos.*

**ELLAS, NOSOTRAS, TODAS... Mujeres de la Matria Latinoamericana**

# Introducción

Los medios de comunicación son uno de los actores principales en el proceso cotidiano de formación de opinión, legitimación de discursos, creación de percepciones de mundo y subjetividades.

Dentro de la vorágine diaria de información y noticias que vemos, leemos y escuchamos, las mujeres y los colectivos femeninos están invisibilizados y estereotipados. Esta invisibilización tiene que ver con la presencia minoritaria de las mujeres como sujeto y fuente de las noticias, en relación a los hombres. Reproduciendo así un discurso discriminatorio, producto de una arraigada cultura patriarcal, que coloca a la mujer dentro de los terrenos ya conocidos e inmutables del hogar y la esfera privada, quitándole su incidencia e importancia en la vida pública (terreno tradicionalmente destinado al hombre).

Creemos que es importante tomar conciencia de que un periodismo con perspectiva de género es primordial para darle voz a los colectivos sociales ocultos por las corporaciones mediáticas, para poder informar con un enfoque inclusivo, preguntándonos ¿cómo afecta un determinado hecho a hombres y mujeres?, no acotando las fuentes informativas, las miradas y los puntos de vista. Usar lenguaje no sexista no significa usar el enfoque de género. Tal vez sea más importante no ser sexistas desde el contenido que solo desde el lenguaje.

Por ejemplo, el tratamiento de noticias sobre violencia hacia las mujeres – ya sea en medios gráficos, como audiovisuales- si bien, por un lado, contiene actualmente términos adecuados como “*violencia de género*” o “*femicidio*” muchas veces seguimos escuchando términos como “*crimen pasional*”, “*asesinato por celos*”, o testimonios que intentan correr el eje de la gravedad de la cuestión, presentando a la mujer víctima con determinadas características de conducta condenables socialmente que parecieran hacer de su muerte *un final casi inevitable*.

Como consumidorxs de medios de comunicación debemos alejarnos de una mirada ingenua sobre la producción y construcción de noticias; y saber que cada medio tiene una línea editorial específica sobre los diversos temas, su propia elección de las voces

autorizadas para dar su opinión, su forma particular de presentar la información. Saber informarnos es saber formar nuestra propia opinión de la realidad, sin miradas sesgadas.

Por otra parte, en las mismas señales televisivas que comienzan a aplicar términos correctos en los casos antes mencionados, poseen, a su vez, contenidos de *entretenimientos* basados en un tratamiento de la imagen de la *mujer-objeto* totalmente contraproducente. Haciendo foco en el estereotipo de mujer como objeto de deseo, mercancía, separada de todo pensamiento crítico de si misma y de quienes la rodean, mujer que solo “es” lo que *muestra*.

En el ámbito publicitario, en las imágenes que vemos diariamente, en las programaciones de entretenimientos televisivos, en los contenidos gráficos dedicados a “la mujer”, el *estereotipo* parece ser el factor común. Las mujeres se encuentran representadas por los roles tradicionales, ideales de mujeres que aman las tareas de la casa, la limpieza, el hogar, la belleza exterior, los hijos, la maternidad idealizada, la mejor forma de satisfacer al hombre y, a la vez, somos presentadas como objetos sexuales mediante el exhibicionismo corporal. Subyace la idea de que la belleza exterior es el único camino para tener éxito en la vida. No vemos a las mujeres reales, con todos sus matices y complejidades, con todas sus luchas y sus marcas.

Entendemos al *estereotipo* como el conjunto de ideas que una sociedad obtiene a partir de las normas o patrones culturales previamente establecidos. La acción es fijar de manera permanente e identificar lo estereotipado como el seguimiento de un modelo preestablecido, conocido y formalizado que se adapta de una manera fija. Los estereotipos sociales son generalizaciones sobre personas e instituciones. Pertenecen al *imaginario colectivo* y se nos presentan como la pura realidad *objetiva e incuestionable*, vinculados a la estructura social.<sup>1</sup>

Las mujeres siguen siendo identificadas en los medios de comunicación por *estereotipos* basados en su cuerpo, sus relaciones, su belleza y pareciera que cualquier otra cualidad no fuera importante a la hora de hablar de nosotras. Se difunden y establecen modelos desde los medios que imposibilitan que la mujer pueda ser valorada o mostrada desde otro lugar que no sea el habitual.

---

<sup>1</sup> Balderrama Carolina, Alma Amanda- Taller de redacción y producción periodística. Diplomado en Comunicación y género.

Desde Mumalá, las Mujeres de la Matria Latinoamericana, trabajamos por la difusión de los derechos de las mujeres, los ya obtenidos y los que aun restan obtener. Un cambio de mirada sobre cómo nos comunicamos, cómo vemos y hablamos de y con las mujeres, cómo consumimos y con qué mirada contenidos periodísticos o de entretenimiento, es también un camino de reconocimiento de derechos y un aprendizaje ciudadano y democrático.

Creemos que otra comunicación es posible y celebramos que cada vez somos más quienes ponemos el eje y la atención en el debate sobre el modo de comunicar(nos).

Por una verdadera *COMUNICACIÓN NO SEXISTA* que nos permita crecer como sociedad en la inclusión y la mirada de género, los invitamos a recorrer este trabajo formado por diversos materiales de periodistas y comunicadorxs con perspectiva de género a los cuales les agradecemos la gentileza de colaborar con nosotras y acompañarnos en este camino, por los derechos todas.

**Laura Charro**  
Licenciada en Comunicación Social,  
Equipo de Comunicación No Sexista  
Mumalá Santa Fe

# ¿La regulación de la violencia mediática atenta contra la libertad de expresión?

Por Sandra Chaher<sup>2</sup>

## Resumen

El nuevo marco normativo en comunicación y género vigente en Argentina desde fines del año 2010 habilita la posibilidad de regular los medios de comunicación de tal forma de evitar la discriminación y humillación específica hacia las mujeres. El cumplimiento de estas normas se enfrenta con un viejo pero vigente debate reeditado por las empresas mediáticas: ¿Deben ser regulados los medios de comunicación? ¿O esto atenta contra la libertad de expresión? La propuesta de regular a los medios para impedir el sexismo y la violencia mediática tiene más de 20 años en el debate internacional y poco se logró avanzar debido a las resistencias de las empresas. En el presente trabajo proponemos recorrer esas propuestas de regulación, desde las conferencias mundiales de las mujeres hasta la actualidad, tratando de encontrar un espacio que permita debatir la posibilidad de que los medios, en caso de no poder autorregularse, acepten adaptarse a algún tipo de normativa externa de tal manera de no vulnerar los derechos humanos de las mujeres.

Cuando a fines de los años '60 comenzaron los estudios de comunicación y género, las investigaciones diagnosticaron que la discriminación de género se concentraba fundamentalmente en la producción y reproducción de dos grandes estereotipos: el tradicional, vinculado al ámbito privado (en el que la mujer aparecía como “guardiana del fuego del hogar”), pero a la vez provocadora de perdición (Eva), y una voz que no era

---

<sup>2</sup> Periodista y consultora especializada en temas de género. Presidenta de la Asociación Civil Comunicación para la Igualdad. [www.sandrachaher.com](http://www.sandrachaher.com)

relevante como “autorizada” para los medios; y la mujer “masculinizada”, que ocupaba el ámbito público con códigos masculinos<sup>3</sup>.

Las críticas se hicieron llegar a los medios pero éstos las rechazaron y también la mayoría de las mujeres, ya que las investigaciones cuestionaban sus consumos mediáticos habituales. Una de las consecuencias de este proceso fue que el activismo feminista se recluyó en la producción de una industria de mensajes propia, que circulaba en paralelo a los medios masivos, etapa que se desarrolló en los años '70.

### **Conferencias de las mujeres y comunicación**

En 1975, y ante la observación de que la igualdad de la mujer no se lograría “por default”, es decir sin un énfasis especial, la Organización de las Naciones Unidas tomó la posta de los reclamos de las organizaciones de mujeres –en todas las áreas, no sólo en comunicación- declarando que ése sería el Año Internacional de la Mujer y convocó a una Conferencia Mundial sobre la Condición Jurídica y Social de la Mujer que se realizó en México DF. Unos meses después, y a instancias de la Conferencia, la ONU proclamó también el Decenio de las Naciones Unidas para la Mujer (1976-1985). El impulso dado a los temas de las mujeres dentro de las Naciones Unidas –tanto las conferencias como el Decenio- se debe a la Comisión para la Condición Social y Jurídica de la Mujer (conocida como Comisión del Status de la Mujer), creada en 1946 dentro de la ONU. En el ámbito regional también existía desde 1928, es decir mucho antes que la sanción del Pacto de San José de Costa Rica y de Belém do Pará, la Comisión Interamericana de la Mujer (CIM), que fue el primer organismo de derechos humanos destinado a defender los derechos de las mujeres<sup>4</sup>.

En los siguientes años, la ONU convocó a dos conferencias mundiales más antes de la IV Conferencia Mundial de la Mujer realizada en Beijing en 1995 y que instaló la agenda de derechos de las mujeres aún vigente. En 1980 se realizó la II Conferencia Mundial de la Mujer en Copenhague con el objetivo de evaluar los compromisos adquiridos en

<sup>3</sup> Chaheer, Sandra. “Primeras aproximaciones al periodismo de género” en *Las palabras tienen sexo. Introducción a un periodismo con perspectiva de género*. Artemisa Comunicación Ediciones. Buenos Aires, 2007. En línea: <http://www.artemisanoticias.com.ar/images/Las-palabras-tienen-sexo.pdf>

<sup>4</sup> Chiarotti, Susana. *Derechos humanos de las mujeres. Recursos y mecanismos de reclamo y monitoreo*. Instituto de Género, Derecho y Desarrollo (INSGENAR). Rosario, Argentina. 2010. En línea: <http://insgenar.org/drupal-6.14/sites/default/files/LIBRO-INSGENAR-Derechos-Humanos-de-las-Mujeres-recursos-y-mecanismos-de-reclamo-y-monitoreo.pdf>

México, y en 1985 la tercera conferencia en Nairobi, que se llamó Conferencia Mundial para el Examen y la Evaluación de los Logros del Decenio de las Naciones Unidas para la Mujer: Igualdad, Desarrollo y Paz.

Los medios de comunicación tuvieron un rol relevante dentro de los Planes de Acción de la Conferencia de la Mujer de México. Se les dedica el capítulo IV en el que se señala su rol fundamental en la transmisión de valores, la discriminación en los roles de género de los que dan cuenta y la necesidad de instar a las empresas a mejorar la imagen de las mujeres y sumarlas en los cargos de decisión.<sup>5</sup> En Copenhague y Nairobi vuelven a hacerse observaciones similares aunque no en espacios tan destacados del Plan de Acción<sup>6</sup> <sup>7</sup>. Pero en ninguna de las tres se hace mención explícita a la necesidad de regularlos.

### **CEDAW y Belém do Pará**

En la Convención para la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación hacia las Mujeres (1979, CEDAW por sus siglas en inglés) no se hace referencia específicamente a los medios de comunicación –como sí sucede en la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer (1994, conocida como Belém do Pará)-. Sin embargo, en el artículo 5 de la CEDAW se señala la necesidad de “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”.

Belém do Pará, además de hacer una mención similar en su artículo 6 (“el derecho de la mujer a ser valorada y educada libre de patrones estereotipados de comportamiento y

<sup>5</sup> Organización de las Naciones Unidas. *Report of the World Conference of the International Women's Year*. México, 1975. En línea:

<http://www.cubaencuentro.com/var/cubaencuentro.com/storage/original/application/cd51ac1386b869aa3192299ea87bache.pdf>

<sup>6</sup> Organización de las Naciones Unidas. *Report of the World Conference of the United Nation Decade for Women: Equality, Development and Peace*. Copenhagen, 1980.

<http://www.cubaencuentro.com/var/cubaencuentro.com/storage/original/application/8d65329e00e7f67fe04d93e103c00988.pdf>

<sup>7</sup> Organización de las Naciones Unidas. *Report of the World Conference to Review and Appraise the Achievements of the United Nation Decade for Women: Equality, Development and Peace*. Nairobi, 1985. En línea:

<http://www.cubaencuentro.com/var/cubaencuentro.com/storage/original/application/a68c0910f6415aa45932082973c83cc.pdf>



prácticas sociales y culturales basadas en conceptos de inferioridad o subordinación”) señala en el inciso G del artículo 8, la necesidad de “alentar a los medios de comunicación a elaborar directrices adecuadas de difusión que contribuyan a erradicar la violencia contra la mujer en todas sus formas y a realzar el respeto a la dignidad de la mujer”.

### **Encuentro internacional de comunicación y género de Bangkok**

A partir de los años 90 se realizaron tres encuentros regionales e internacionales de comunicación y género -en coincidencia con la transformación de las comunicaciones a nivel global- que prefiguraron el articulado del Capítulo J sobre medios de comunicación de la Plataforma de Acción de Beijing (PAB) de 1995.

En febrero de 1994 se realizó el primero y más importante en Bangkok, Tailandia. Fue de carácter internacional, se llamó “La comunicación como fuente de poder para las mujeres” y estuvo convocado por la Asociación Mundial para las Comunicaciones Cristianas (WACC), ISIS Internacional y la Tribuna de la Mujer de Nueva York y reunió a más de 400 comunicadoras de 80 países.

En la Declaración final se señaló la necesidad de un orden mundial más justo, sostenible y centrado en las personas, atento al proceso de globalización de las economías y de los medios de comunicación que se estaba produciendo. Según la investigadora chilena María Elena Herмосilla Pacheco, uno de los efectos centrales del encuentro de Bangkok fue prefigurar el Capítulo J de la PAB. La comunicación en la larga lucha de las mujeres dejó de ser un tema secundario o solo de modificación del signo de los contenidos –señala Herмосilla-, para avanzar en ser comprendida como una dimensión fundamental en la constitución de nuevas identidades femeninas más progresistas y no discriminatorias y en la batalla política por obtener más poder para las mujeres en todos los ámbitos<sup>8</sup>.

Entre las propuestas surgidas del encuentro de Bangkok figura el fortalecimiento del control de los medios a través de monitoreos que releven el contenido de la información.

---

<sup>8</sup> Herмосilla Pacheco, María Elena. “¿Qué pasa con la letra J?” Ponencia presentada durante el Primer Encuentro Internacional de periodistas con Visión de Género, México, 2005.



## **Encuentros internacionales de comunicación y género de Quito y Toronto**

Entre el encuentro internacional de Bangkok y la Conferencia Mundial de la Mujer de Beijing, convocada por la ONU en septiembre de 1995, se produjeron otros dos encuentros de comunicación y género pensados con el objetivo de apuntalar las discusiones de Beijing: el Encuentro Regional de Comunicación y Género que se realizó en Quito (Ecuador), en abril de 1994, convocado por la Agencia Latinoamericana de Información y la Asociación Mundial de Radios Comunitarias; y el Simposio Internacional sobre Mujeres y Medios realizado en Toronto (Canadá) en marzo de 1995.

En Quito, las comunicadoras de América Latina hicieron un diagnóstico similar al de Bangkok señalando los perjuicios del neoliberalismo y la globalización sobre las mujeres y plantearon también la necesidad de democratizar las comunicaciones como un elemento central para, justamente, la profundización de los procesos democráticos.

El diagnóstico de Toronto también es coincidente en relación a la situación sociopolítica y las propuestas van en la misma línea, aunque son más específicas. Entre ellas se menciona, además del estímulo para la realización de monitoreos e investigaciones de medios, y acorde al tema que nos convoca en este texto: el diseño de códigos y manuales de autorregulación, de legislación sobre pornografía, la inclusión de las mujeres en las áreas gubernamentales que toman decisiones sobre los medios de comunicación, la inclusión de la dimensión comunicacional en los programas de desarrollo, y la promoción de la autorregulación en la publicidad. Es decir que se avanza en la necesidad de generar algún tipo de regulación sobre el funcionamiento de los medios en relación a las mujeres.

Aparece en estos encuentros la tensión entre los medios como empresas imposibles de ser reguladas y cada vez con más poder, y la necesidad de convencerlos o imponerles algún tipo de mecanismo regulatorio que recuerde su función de medio de comunicación social. Esta tensión venía de décadas anteriores y no se remitía exclusivamente a los temas de género. En 1980 había sido presentado el informe McBride y para los mismos años los países en desarrollo reclamaban un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación que revirtiera el flujo comunicacional (predominantemente norte-sur hasta entonces) y la distorsión de los medios masivos en la imagen que daban de las personas y hechos de estos países. Algo muy similar a lo planteado por el movimiento de mujeres,

aunque las mujeres no aparecieran específicamente mencionadas en estas reivindicaciones.

En 1992, Eileen Mahoney observaba como corolario de esos años: “La economía política mundial sobre las comunicaciones es tal que las empresas privadas de medios actúan sin apenas restricciones. Estas empresas, apoyadas por sofisticadas tecnologías de la comunicación, crean espectáculos mundiales (por ejemplo, deportes, publicidad, reportajes de guerra, películas) con poca supervisión legislativa nacional o internacional. Mientras las mujeres continúan elevando a los organismos internacionales, regionales y nacionales sus preocupaciones y necesidades, y el impacto de los medios de comunicación en sus asuntos, las organizaciones internacionales, el sistema de las Naciones Unidas en particular, se enfrenta con un futuro político y económico muy incierto”<sup>9</sup>.

### **Capítulo J de la Plataforma de Acción de Beijing**

Durante la IV Conferencia Mundial de la Mujer, fue la primera vez que la comunicación adquirió un papel relevante en la lucha de los derechos humanos de las mujeres. Allí, la comunicación fue seleccionada como una de las 12 áreas de interés prioritario para lograr el objetivo de la igualdad de género.

“La inclusión de una sección de comunicación y género – conocida como la Sección J- significó un avance histórico. En los primeros años del movimiento internacional de mujeres, los temas de comunicación fueron relegados en importancia frente a problemas centrales como pobreza, salud y educación de las mujeres. Los medios apenas fueron mencionados en las estrategias de los documentos de las tres primeras conferencias de las mujeres de las Naciones Unidas. (...) Los medios fueron comprendidos en la Sección J como jugando un rol fundamental en la perpetuación de las desigualdades de género en todos los niveles de la sociedad” señala Margareth Gallagher. Pero también aclara que esta inclusión no fue fácil -entre otros aspectos por la tensión entre regulación y libertad de expresión-, lo cual en cierta forma preanuncia lo que sucedió en los años posteriores a Beijing: “La inclusión en 1995 de los medios y las comunicaciones como una de las ‘áreas críticas’ ocurrió en la última etapa del proceso preparatorio y como resultado del intensivo

<sup>9</sup> Mahoney, Eileen. “Mujeres, desarrollo y medios de comunicación. Una valoración para los años 90” en revista *Telos* N° 31. Septiembre-noviembre 1992. En línea: [http://www.campusred.net/telos/anteriores/num\\_031/index\\_031.html?opi\\_perspectivas5.html](http://www.campusred.net/telos/anteriores/num_031/index_031.html?opi_perspectivas5.html)

lobby de las organizaciones de la sociedad civil, particularmente de Asia y América Latina. Las negociaciones durante la Conferencia llevaron a la inclusión de la frase ‘en la medida en que ello no atente contra la libertad de expresión’ hacia el final de la Sección J, como un recordatorio de que ésta es una de las áreas más controvertidas en el debate internacional”<sup>10</sup>.

El Capítulo J de la Plataforma de Acción de Beijing, llamado *La mujer y los medios de difusión*, está integrado por 11 artículos en los que se hace un diagnóstico de la situación y se establecen las líneas de acción en base a dos objetivos estratégicos: 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 (1); y fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión (2). Para lograrlos, proponen medidas que deben adoptar los gobiernos, los sistemas de difusión, los organismos para el avance de la mujer dentro de los gobiernos, las organizaciones no gubernamentales, las asociaciones de profesionales de la comunicación, y las empresas de medios de comunicación y publicidad.

Entre estas sugerencias, se recomienda: elaborar mecanismos de autorregulación y códigos de conducta que promuevan imágenes equilibradas de las mujeres y que observen los contenidos violentos y pornográficos y alentar que en ellos participen las mujeres; y fomentar normas contra la pornografía y la violencia hacia mujeres y niñas/os en los medios. Es decir que, retomando lo planteado en Toronto, se asume la necesidad de avanzar en la regulación de medios en caso de que la promoción de la autorregulación no tuviera efecto.

El Capítulo J constituye el compendio más amplio de recomendaciones y políticas de acción para orientar la acción de los medios de comunicación hacia el logro de la igualdad de género. No hubo con posterioridad otra instancia en la que los gobiernos del mundo, las agencias internacionales de cooperación y la sociedad civil volvieran a discutir el tema con la misma profundidad. Lo logrado en Beijing aún sigue siendo guía de acción, pero no sólo por haber sido un mapa completísimo de la tarea que debía hacerse, sino también por lo poco que se concretó sobre el mismo en las décadas siguientes. Sin embargo, aún

<sup>10</sup> Gallagher, Margaret. “Beijing’s legacy for gender and media”. 2005. En línea: <http://www.waccglobal.org/es/20053-women-reclaim-media/535-Beijings-legacy-for-gender-and-media.html>

siendo el mejor y más completo programa posible que hemos tenido sobre el tema, recibió críticas de las especialistas en comunicación y género.

Algunos de los aspectos señalados por María Elenena Hermosilla Pacheco son: una concepción instrumentalista de la comunicación, la reducción del tema de género a las mujeres, pocas menciones sobre la transversalidad de género y una constante mención a la “libertad de expresión” como un límite a la inclusión de la perspectiva de género en los medios<sup>11</sup>.

También Women Acción 2000, una red de organizaciones no gubernamentales de todo el mundo comprometidas con el proceso de revisión Beijing + 5 en el área de medios de comunicación, señalaba en el año 2000: “(en el Capítulo J) no se han explorado todas las dimensiones de la relación de la mujer con los medios de comunicación. Las realidades económicas y políticas dentro de las cuales las corporaciones transnacionales de los medios perpetúan las desigualdades y la inequidad no han sido consideradas y la vulnerabilidad de las mujeres como custodias tradicionales del conocimiento indígena en este ambiente no ha sido tratada. Las mujeres están preocupadas con la ausencia de análisis de la globalización de los medios, en particular las grandes uniones entre las corporaciones transnacionales de los medios y los cambios en la propiedad de los medios de nivel nacional que influyen en los contenidos e intenciones de los medios”<sup>12</sup>.

## Beijing + 5

La Plataforma de Acción de Beijing fue revisada cada 5 años por las Naciones Unidas en procesos que se llamaron Beijing + 5 (2000), Beijing + 10 (2005) y Beijing + 15 (2010). Sin embargo, en ninguno de ellos el Capítulo J fue un tema central de evaluación, así como tampoco se lograron avances notorios en los objetivos plasmados en 1995.

En el año 2000 fue publicado el informe de Women Action 2000 con vistas a la primera revisión de Beijing, *Contribución alternativa sobre Mujer y Medios de Comunicación*, en el que se hacía un análisis global a 5 años de la Conferencia Mundial de Beijing apoyándose fundamentalmente en informes regionales de Asia, Europa y América Latina. Allí se señalaba: “Este informe muestra que luego de cinco años de que los gobiernos adoptaran

<sup>11</sup> Ibidem.

<sup>12</sup> Women Action 2000. “Contribución alternativa sobre Mujer y Medios de Comunicación”. 2000. En línea: <http://www.womenaction.org/csw44/altrepspa.htm>

la PAB y se comprometieran a implementar sus recomendaciones, muchas de las preocupaciones que se expresan en la Sección J permanecen, mientras que han surgido otras nuevas. La información que se obtiene de los diversos informes regionales indica que a pesar de que se han logrado progresos en la implementación de las recomendaciones de la Sección J, mucho tiene que ver con el monitoreo sostenido, el trabajo en red y los esfuerzos de cabildeo que han realizado las organizaciones de mujeres y los grupos de monitoreo de los medios. Esto se indica tanto en las revisiones y los análisis que han hecho las ONGs como en los correspondientes a los gobiernos. (...) continúa prevaleciendo una representación e imagen negativas de las mujeres que puede estar vinculada a la falta de implementación de códigos de ética para los medios nacionales y, en algunos casos, aún a la no existencia de tales códigos. Lo que es más, las mujeres continúan teniendo un acceso y una participación limitados en la toma de decisiones en la industria de los medios, en los gobiernos y en los entes que supervisan la formulación e implementación de las políticas de comunicación de los medios. (...) De lo anterior se puede decir que se necesitan todavía más esfuerzos por parte de los gobiernos, empresas de los medios y ONGs para lograr los dos objetivos estratégicos descritos en la Sección J”<sup>13</sup>.

Un grupo de periodistas catalanas observaba en el 2009 en relación al área de medios de difusión de Beijing + 5: “La conferencia de Beijing ha tenido dos revisiones, una cinco años más tarde, en 2000, y la última en 2005. En ninguna de las dos las cuestiones relativas a género y medios de comunicación tuvo ninguna relevancia. De hecho, la delegación de EE UU dejó claro en la primera revisión de la Plataforma (Beijing +5) que no aceptaba ninguna vinculación con relación a la comunicación, y en la segunda revisión (Beijing +10) el punto J quedó fuera de los ámbitos de discusión”<sup>14</sup>.

### **Beijing + 10**

Cinco años después, y luego de Beijing + 10, hacía un diagnóstico similar Margaret Gallagher como resultado de esa segunda conferencia de revisión de la PAB: “Toda el área de medios y comunicación parece haberse caído de la agenda. La Sección J fue en gran medida ignorada por las agencias de las Naciones Unidas involucradas en la

<sup>13</sup> Idem.

<sup>14</sup> Equipo Torrese. “Los medios de comunicación y las mujeres” en *39ymas*. 14/7/2009. En línea: <http://www.39ymas.com/temas/solidaridad/medios-mujeres/>

revisión, al igual que por muchos gobiernos y por importantes sectores de la sociedad civil. (...) Para las activistas de género y comunicación, la experiencia de Beijing + 10 constituyó un saludable chequeo de la realidad. Los temas de medios y comunicación –la Sección J- continuaron existiendo al margen de la agenda internacional de las mujeres.”

Hermosilla Pacheco, coincide con el análisis de Gallagher, y agrega como uno de los elementos que confluyen en la falta de políticas públicas de comunicación y género en América Latina la dificultad, en países atravesados por dictaduras militares, de aceptar las políticas y regulaciones de medios sin que éstas sean vividas como censura y ataque a la libertad de expresión, aunque tengan las mejores intenciones, como la justicia de género. “Los Gobiernos y las agencias gubernamentales, si llegan a comprender la importancia del tema más allá de las relaciones públicas, deben recurrir exclusivamente a la persuasión y a la rogativa. Por otra parte, los gobiernos democráticos dependen de los grandes medios de comunicación para obtener opinión pública favorable para sus acciones y proyectos y ganar elecciones. Difícilmente se van a arriesgar en pos de la justicia de género.”<sup>15</sup>

### **Beijing + 15**

En febrero del 2010, la Unión Europea realizó el Foro Europeo Beijing + 15 para debatir sobre los logros y dificultades en relación a la PAB de Beijing antes de la revisión que haría la ONU. El área de medios de comunicación compartió foro con educación y estuvo integrada entre otras personas por Margaret Gallagher. En relación a los medios, el foro concluyó que no había habido casi avances en relación a 1995. “Los objetivos estratégicos en materia de medios de comunicación han sido los más desatendidos de la UE –se señala en el informe. (...) El área de medios de comunicación es una de las áreas más sensibles y controvertidas. Incluirla como una de las áreas de la Plataforma de Acción de Beijing fue un gran logro, resultado de un gran esfuerzo llevado a cabo por las organizaciones de mujeres comunicadoras. (...) Entre los principales obstáculos se han debatido la connivencia de intereses políticos y económicos en lo que se refiere a medios de comunicación. También a una falta de responsabilidad de los medios de asumir su papel educativo y de creación de la cultura y la utilización de la libertad de expresión como escudo ante cualquier responsabilidad social por parte de los medios de

---

<sup>15</sup> Ibidem.

comunicación, como es la protección de la dignidad humana. La condición de poder fáctico de los medios de comunicación en nuestra sociedad agrava aún más esta dificultad.”<sup>16</sup>

Los medios de comunicación ni siquiera fueron mencionados en el reporte final de Beijing + 15 hecho por la ONU.

### **Consensos de Quito y de Brasilia**

En el ámbito regional de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) también fueron introducidos en los últimos años los medios de comunicación como un área central de trabajo para el logro de la igualdad de género. En el año 2007, durante la X Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe, que se llamó *Consenso de Quito*, los medios fueron mencionados en los artículos XI y XII. En el artículo 11 se señala, entre otros aspectos: “Adoptar políticas públicas, incluyendo leyes cuando sea posible para erradicar contenidos sexistas, estereotipados, discriminatorios y racistas en los medios de comunicación y estimular su función como promotores de relaciones y responsabilidades igualitarias entre mujeres y hombres”.<sup>17</sup>

En el 2010, el mismo organismo realizó el *Consenso de Brasilia*, en el que se ratifica el *Consenso de Quito*. Acá los medios aparecen ampliamente desarrollados en el artículo 5, que observa entre otros temas la necesidad de *formular* políticas orientadas a eliminar contenidos sexistas y discriminatorios en medios de comunicación y capacitar a los profesionales de la comunicación en tal sentido, valorizando las dimensiones de género, raza, etnia, orientación sexual y generación.

Ahora bien, las observaciones de los tratados regionales e internacionales sobre la responsabilidad social de los medios y la necesidad de autorregulación y/o control externo, ¿se concretaron? ¿Hay experiencias de códigos de conducta y leyes que normativicen la discriminación de género?

---

<sup>16</sup> Foro Europeo Beijing + 15. “Grupo de debate educación y medios de comunicación”. Cadiz, 2010. En línea: <http://www.inmujer.es/ss/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application%2Fpdf&blobheadername1=Content-disposition&blobheadervalue1=inline&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1244652686889&sbinary=true>

<sup>17</sup> Comisión Económica para América Latina y el Caribe. “Consenso de Quito”. Quito, 2007. En línea: <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/9/29489/dsc1e.pdf>



Como experiencias de autorregulación, puede citarse casi como caso único en países de habla hispana el del diario Público de España, cuyos/as integrantes elaboraron en el año 2010 un *Decálogo para informar sobre la violencia de género* y modificaron a partir de ese momento la cobertura habitual de los casos de violencia de género. Se trataba de un diario recientemente creado, con un staff de personas muy jóvenes, que a poco de andar se cuestionaron la cobertura de los temas de violencia de género como “crímenes pasionales”. Llamaron a una especialista en temas de comunicación y género, Pilar López Díez, y junto a ella diseñaron el *Decálogo* y algunas estrategias de cobertura como no publicar información sobre los feminicidios a menos que no estuviera chequeada –aunque esto implicara sacar la información dos o tres días después del hecho-, y colocar en cada nota el número de asistencia a las víctimas de violencia. Además el diario no publicaría avisos de prostitución<sup>18</sup>.

### **Regulación y libertad de expresión**

La libertad de expresión suele ser presentada como el argumento principal para oponerse a la regulación de los medios. Se sostiene que cualquier tipo de regulación atendería contra el derecho humano a expresar con libertad todo tipo de opinión por parte de las y los periodistas que integran el medio.

Se trata de una confrontación de derechos que aún no ha sido resuelta y que reaparece en cualquier debate vinculado a la violencia mediática, incluso en posiciones tan extremas y difíciles de sostener como la utilización de este argumento para apoyar la no prohibición de los avisos de prostitución. Cuando en España el gobierno de José Luis Zapatero evaluó la posibilidad de regular la publicación de estos avisos en los medios, las/os directivas/os de éstos argumentaron que si el gobierno limitaba su publicación estaría atentando contra su derecho a la libertad de expresión<sup>19</sup>. El diario *Río Negro*, de Argentina, sostuvo una argumentación similar en el amparo judicial que presentó en el año 2011 contra el decreto presidencial 936 de prohibición de avisos de prostitución. Se señaló en la presentación a la justicia el irónico argumento de que el diario, con la publicación de avisos, estaba transformándose en un defensor del derecho de las mujeres en situación de prostitución a difundir sus servicios, invisibilizando tanto que la mayoría de

<sup>18</sup> Chaher, Sandra. “Haciendo huella” en *Artemisa Noticias*. 10/11/2009. En línea: <http://www.artemisanoticias.com.ar/site/notas.asp?id=45&idnota=6776>

<sup>19</sup> Morán, Carmen. “Negocio alegal, anuncio ilegal” en diario *El País*. 23/3/2011. En línea: [http://elpais.com/diario/2011/03/23/sociedad/1300834801\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2011/03/23/sociedad/1300834801_850215.html)

las personas en situación de prostitución no son “autónomas” sino explotadas por otras personas y que, por la misma razón, la mayoría de los avisos publicados en los diarios encubren situaciones de explotación sexual y redes de trata de personas<sup>20</sup>.

Cuando en el año 2011 se debatió en Nicaragua el articulado de una nueva Ley de Violencia de Género, el proyecto enviado al Parlamento promovía que la norma incluyera la figura de violencia mediática. La reacción de los medios de comunicación fue tan potente que a los pocos días la propuesta fue desestimada. La misma Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) intervino en el debate; Robert Rivard, presidente de la Comisión de Libertad de Prensa e Información del organismo, señaló: “Esta nueva figura penal de la violencia mediática debe ser analizada desde la perspectiva de la libertad de prensa y no de los crímenes de género”<sup>21</sup>, como si no hubiera relación entre la construcción simbólica de los roles y vínculos sociales y las expresiones tangibles de la violencia de género.

Cuando en Argentina se debatió la actual Ley 26485 de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres en los ámbitos en que se desarrollen sus relaciones interpersonales, que incluye las figuras jurídicas de violencia simbólica y mediática, este debate no se produjo. Las causas quizá podrían rastrearse en que no estaba previsto que la ley tuviera sanciones –con lo cual no era riesgoso el articulado, sino que daba más bien una definición formal- o que en ese momento los medios de comunicación estaban concentrados en el debate mucho más complejo y de fondo de la Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, conocida como Ley de Medios, que iba a implicar un nuevo reparto –en condiciones mucho más democráticas- de los recursos comunicacionales.

Luego se vio que, con la sanción de la Ley de Medios –que contempla en su articulado la obligatoriedad de hacer cumplir los contenidos de la Ley de Violencia de Género en lo referido a violencia mediática<sup>22</sup>- Argentina se volvía pionera en la posibilidad de sancionar la discriminación de género en los medios de comunicación audiovisuales. El decreto

<sup>20</sup> Chaher, Sandra. “El diario Río Negro cuestionado por su política sobre avisos de prostitución” en *Artemisa Noticias*. 28/7/2011. En línea: <http://www.artemisanoticias.com.ar/site/notas.asp?id=45&idnota=7618>

<sup>21</sup> Carcache, Douglas y EFE. “Censura`absurda’, dice la SIP” en diario *La Prensa*. 10/2/2011. En línea: <http://www.laprensa.com.ni/2011/02/10/politica/51695-censura-absurda-dice-sip>

<sup>22</sup> Chaher, Sandra. “La deconstrucción de la violencia simbólica”. 2011. En línea: <http://www.takebackthetech.net/files/Chaher%20violenciamediat10-11.pdf>

presidencial 936, de julio del 2011, completaba ese panorama con la sanción de la publicación de avisos de prostitución en cualquier soporte (radio, televisión, Internet y gráfica).

Recientemente, Editorial Perfil –ya denunciada en la justicia por violencia mediática<sup>23</sup>- publicó en la revista una nota de tapa de alto contenido discriminatorio hacia la presidenta de Argentina que le significó el inicio de dos amparos judiciales en contra por parte de legisladoras, funcionarias y militantes feministas<sup>24</sup>. En respuesta a las críticas de todos los sectores que generó la publicación, la autora de la nota, justificando el artículo como una crítica a lo que denunciaba como el autoritarismo de la presidenta, decía: “Creo que lo interesante es poder discutir esto en términos totalmente claros y sin que implique ofensas de ninguna clase para no llegar algún día a una realidad como la que tiene algún otro país latinoamericano en la que el presidente propone –por suerte muy lejos de nuestra realidad, aclaro- que la opción después de 13 años es reelección o guerra civil. Realmente creo que nosotros tenemos por suerte una sociedad en la que esto no es así y podemos discutir e intercambiar opiniones”<sup>25</sup>. Acá la argumentación iba más lejos que un atentado a la libertad de expresión, situando las críticas a los contenidos discriminatorios del medio como un ataque a la democracia.

### **Derechos en pugna**

La libertad de expresión es un derecho humano consagrado en tratados internacionales y regionales. Se señala en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos: "Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y de recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión." Y en el artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos o Pacto de San José de Costa Rica: “Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideraciones de fronteras, ya sea

<sup>23</sup> Chaher, Sandra. “Avanza el control sobre la violencia mediática” en *Comunicar Igualdad*. 16/8/2012. En línea: <http://www.comunicarigualdad.com.ar/avanza-el-control-sobre-la-violencia-mediatica/>

<sup>24</sup> Chaher, Sandra. “Experto en misoginia” en *Comunicar Igualdad*. 13/9/2012. En línea: <http://www.comunicarigualdad.com.ar/experto-en-misoginia/>

<sup>25</sup> “Habla la autora de la tapa de Noticias” en *Youtube*. 11/9/2012. En línea: [http://www.youtube.com/watch?v=JUvtIKcr9tk&feature=player\\_embedded](http://www.youtube.com/watch?v=JUvtIKcr9tk&feature=player_embedded)

oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección y gusto” y luego “No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones”.

Pero el Pacto de San José de Costa Rica también dice: “Estará prohibida por la ley toda propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión u origen nacional.”

La tensión entre la libertad de expresión por un lado y las expresiones discriminatorias, violentas, de odio por otro, presente en los tratados de derechos humanos, expresa un debate sobre el tema que empezó hace muchos años y que no está acabado: ¿Cuáles serían los límites de la libertad de expresión? ¿Podemos decir cualquier cosa amparándonos en este derecho? ¿O existe una frontera cuando las palabras vulneran otros derechos humanos?

Como vimos al comienzo del texto, los tratados internacionales reconocen que la discriminación hacia las mujeres en los medios no es una anécdota ni un dato menor. La construcción y perpetuación de un imaginario colectivo sexista vulnera los derechos humanos de las mujeres y atenta contra el logro de la igualdad de género. La violencia simbólica –que se produce y reproduce tanto en los medios de comunicación como en las pautas culturales, la educación, las costumbres y de una forma casi imperceptible, razón por la cual teóricos como Pierre Bourdieu la llaman “violencia invisible”<sup>26</sup>- es un sustento fundamental de las demás formas de violencia de género. No habría golpes, feminicidios, violencia institucional ni controles económicos, sino hubiera una “argamasa”<sup>27</sup> simbólica, impregnada en la piel, imperceptible, que sostiene la violencia de género en el tejido social.

<sup>26</sup> Bourdieu, Pierre. *La dominación masculina*. Anagrama. Barcelona. 2000.

<sup>27</sup> Segato, Rita. “La argamasa jerárquica: violencia moral, reproducción del mundo y la eficacia simbólica del derecho”, en *Las estructuras elementales de la violencia. Ensayos sobre género entre la antropología, el psicoanálisis y los derechos humanos*. Buenos Aires. Prometeo-UNQ. 2003

Los medios de comunicación son uno de los agentes determinantes en la transmisión de pautas culturales, y pueden colaborar tanto en el logro de la igualdad de género como en la perpetuación de las desigualdades. Eso depende de que pongan sus recursos al servicio de la promoción y protección de los derechos humanos.

La regulación es uno de los caminos para lograr este alineamiento, poniendo como límite de la misma los tratados de derechos humanos universalmente consensuados. Es decir que la regulación tampoco debería ser utilizada con fines autoritarios.

Pero la estrategia sancionatoria debería ir acompañada de un debate cultural sobre la desigualdad y la discriminación de género que ponga en jaque los cimientos de la sociedad patriarcal.

Creemos que son necesarias ambas estrategias –regulación y debate cultural- para avanzar en un camino de transformación profunda de las estructuras sociales, económicas, políticas y culturales que sustentan la desigualdad de género.

## Estas letras, este cuerpo

Por *Luciana Peker*<sup>28</sup>

Fui la primera vez a la guardia porque era mi segundo embarazo y, esta vez, me sentía muy bien. La primera me había sentido muy mal (aunque todo terminó con Benito en brazos) y me tenía intranquila este embarazo tan inocuo. Se rieron. Las dos médicas me miraron con esa saña despectiva que hace de cualquier ser humano con dudas un Woody Allen exagerado (y que en el caso de las embarazadas toma una forma aún más despectiva). “Todos los embarazos son distintos”, esbozaron como primera y última explicación, emitida de pie y con la irritación marcada por tener que contestar cualquier nueva repregunta.

Es imposible no tener bronca hacia los médicos express que hacen de la consigna “el embarazo no es una enfermedad” (que nació para no esclavizar a las mujeres por su potencialidad de embarazarse) una oda –falsa– a la inocuidad del embarazo, a la creencia de que en el 99 por ciento de los casos, las mujeres no sienten (dolores, miedos, náuseas, contracciones, percepciones, vómitos, síntomas), las mujeres se quejan. No están embarazadas. Son embarazosas.

Me acordé –cómo no– de las notas y notas en las que promotoras del parto humanitario o escritoras hablan de la percepción femenina aplastada por el actual sistema de creencias –la ciencia, el mercado– que quiere hacer desaparecer la percepción sobre el propio cuerpo. Mi cuerpo no sentía nada y para mí eso era un síntoma. Podría haber estado equivocada pero no había lugar, en esa consulta, ni para la duda –ni para la aclaración– en esa risa despectiva.

Yo ya estaba de seis semanas y el turno con el obstetra que elegí –después de consultar cuál de todos en la cartilla era el que tenía una postura menos autoritaria, no digo renovadora, pero al menos humana, frente al parto– era recién a la semana ocho. No llegué. Ni a la semana ocho. Ni a que me viera un obstetra. Ni siquiera en un hospital privado (el Hospital Italiano) –y no lo digo porque crea que ser clienta da más derechos que ser ciudadana sino porque, a veces, la falta de recursos es el escudo perfecto del siempre ilegítimo maltrato– la mujer es tenida en cuenta más allá del bebé. Por sí misma. Como no llegué a la semana ocho, como no llegué al turno programado, no tenía obstetra de cabecera, me negaron adelantarme un turno, darme un sobretorno y ni siquiera que un

<sup>28</sup> Periodista. Escribe en diario *Página /12* y suplemento semanal “*Las 12*”

profesional de planta –más allá de la intrínsecamente cambiante guardia– atendiera mi caso. La falta de un profesional para consultar y para confiar redobló la angustiante zozobra de días y noches, pulsos y flujos, que gestan el deseo y el miedo entre tener y perder un hijo.

El dolor se volvió doble dolor, el miedo se acrecentó en angustia al no saber ni qué ni cómo era el camino, al faltarme información, al despacharme en una guardia en vez de contenerme con delicadeza y pautas. “El pronóstico es pesimista, volvé en una semana”, me dijo una médica al mirar una ecografía que no detectaba latidos, que veía seis semanas donde yo decía siete y relojeaba mi cuerpo mojado en sangre. Me fui a mi casa. No sabía. Ni qué iba a pasar, ni qué debía hacer según lo que pasara. Dormí aterrorizada con la idea de una hemorragia inundante que –después me enteré– no podía llegar, pero yo ni sabía.

La hemorragia no llegó pero la sangre sí. Más. Me mojé de dudas y de miedos, de “no hay un médico que la pueda atender antes de su turno” hasta que volví a la guardia. Me quejé. “Los problemas administrativos dejémoslos de lado”, me retaron. “El desamparo médico no es un problema administrativo”, interpeleé como último recurso en uno de esos momentos en que ya no hay interpelación posible. Había perdido el embarazo y, en esa instancia, los médicos lo único que me daban era miedo. Para los demás, la noticia estaba terminada. Para mi cuerpo, recién comenzaba. Me dieron un medicamento para que el cuerpo expulsara lo mismo que no había podido albergar.

Me abrieron, me tocaron, me palparon, me ecografiaron, me contraje, me dolió, me fui, sangré, volví, me revisaron, me palparon, sangre, pedí que fuera despacio, lloré, me dijeron que me tenía que hacer un legrado (raspaje), que era con anestesia total pero más leve, lloré, dije que tenía miedo (confieso que no soy una persona valiente y, mucho menos, una paciente valiente), me dijeron que estuviera tranquila, me pincharon, me pusieron suero, me hicieron esperar las horas de ayuno para la anestesia, me pasaron una medicación para que me dé contracciones, me llevaron en camilla, me sujetaron con velcro los brazos y las piernas, me durmieron, me lo hicieron (por suerte no me enteré), me dieron el alta, me dieron remedios por tres días. Por suerte, salió todo bien. Yo soy una mujer periodista que escribe sobre mujeres a las que todos los días les pasa esto, pero sin anestesia, sin letras, sin quejas, sin deseos (a veces), otras sí. Yo escribo o hablo (a veces, tal vez menos de lo necesario) sobre mujeres que no terminan la historia. Yo escribo y pongo el cuerpo en mi propia historia. No es que lo ponga heroicamente ni





## Poner el cuerpo

*Por Luciana Peker*

Ella siente el calor, siente el miedo, siente que su cuerpo se eriza, siente el tirón y el alivio del paso del incendio, hasta que la palmean y le dicen: “¡Date vuelta!”.

Esos sentires contaba una nota que escribí para Las12 hace diez años sobre la depilación. Creía entonces, a mis 24, que esa hoguera mensual en la que nos acostamos –y nos acuestan a las mujeres– es una metáfora de que los avances de la independencia femenina, muchas veces, terminan en el talón (nuestro, no de Aquiles): allí donde nos miran o nos sentimos miradas. Pienso, cada vez más, que ser mujer es poner el cuerpo.

Aun cuando son los hombres los que (se supone) la ponen –en esa diferencia que puede ser tan bendita o bendecida– ser mujer (y periodista cuando no se le escurre el sexo al oficio) es poner el cuerpo. Ponerlo para contar de un aborto espontáneo y del maltrato médico, contar del parto y del orgullo de tener una hija que pateo y pisa la pelota, contar del placer al dulce de batata y de las caderas que piden un lugar fuera de moldes. Contar del sexo dulce de un hombre que sabe amar dejando que el cuerpo fluya y no que rinda.

Yo creo que el periodismo de género pide denuncias y, también, agradece algunos desnudos personales (para que la proclama no tape las debilidades por las que hacemos subi-baja casi todas). Y que el periodismo con mirada de mujer, también, tiene otro oído. A veces, incluso, hay que cometer un pecado periodístico: el amiguismo. Para escuchar, hay que ser –o escuchar– como una amiga. A las mujeres violadas, silenciadas, abortadas, burladas hay que escucharlas con un cuerpo que les cree y les confía.

Que no supone que las mujeres son infames, mentirosas, quejosas, chinchudas o brujildas. ¿A quién le cuenta una mujer que abortó la cara de espanto antes de entrar y el terror –fundado por la persecución hospitalaria– a ir a un hospital si la hemorragia se convierte en avalancha? ¿A quién le cuenta una mujer a quien echaron del trabajo por estar embarazada o que le hicieron un test para no tomarla si quiere embarazarse? ¿A quién le cuenta una mujer que trabaja igual que su marido (pero gana menos) y a la

noche tiene que preparar la vianda de su hijo y siempre parece en deuda con la lista de tareas de la maestra jardinera?

No es sólo de los temas de los que se habla –tareas domésticas, aborto, violencia sexual, dictadura estética–; es desde el lugar en el que se habla. Las12 es esa amiga con la que la risa, la bronca, la denuncia, la queja y el alivio de saberse en otros espejos pone en palabras las sensaciones que arrastran las mochilas femeninas. A veces, entre risas y empujones de esperanza. Y, otras, con legítima rabia.

El suplemento no es cada nota y cada mirada, sino el mar que conforma la mirada periodística de las mujeres que arman Las12. Es saberse navegando, buceando, cayendo y levantándonos de un mar que va hacia adelante (aunque tenga chapuzones y retrocesos) en el que las mujeres calmamos nuestros incendios y buscamos lo que queremos, quiénes queremos ser y cómo queremos que nos quieran. En eso, 10 años es mucho y también es mucho –cada vez más– lo que se necesita que crezca. Para darnos vuelta –sólo– si decidimos que nos gusta.

## Ser periodista con perspectiva de género

Por **Sonia Tessa**<sup>29</sup>

Ser una periodista trabajadora en los medios de comunicación sensibilizada con la problemática de género implica un doble desafío: en primer lugar, detectar una y otra vez aquellas noticias, y su tratamiento, que –de manera más evidente o más embozada— dejan al descubierto las múltiples discriminaciones que las mujeres seguimos sufriendo en los distintos ámbitos.

Pero también desmontar la cantidad de prejuicios y estereotipos que funcionan y están vigentes, porque muchas veces se reproducen en los medios sin reflexión. Los medios tienen esa particularidad: producen y reproducen discursos. En el caso de los discursos sexistas, muchas veces están tan naturalizados que parece exagerada la lectura crítica, como si una revisión viniera a cuestionar un orden que está establecido, y no tiene por qué cambiar.

Las mujeres que trabajamos en los medios sabemos que muchas veces nos enfrentamos al prejuicio de los responsables editoriales. Pero también los estereotipos de género están muy instalados en nosotros mismos, el primer trabajo es desmontarlos internamente. Un ejercicio muy básico, pero muy efectivo, que consiste en poner el sustantivo negro, o discapacitado, en una frase sobre mujeres que resulta sospechosa. Y si referido a esos otros colectivos es ofensiva, lo más probable es que sea una frase machista. Que cuesta desmontar porque, ya se sabe, el primer requisito para someter a las mujeres fue desvalorizarlas, y hacer que internalicen esa desvalorización.

Y como los medios los hacemos personas que –salvo temas concretos y puntuales— trabajan menos de acuerdo a una línea editorial que a sus convicciones, posibilidades, pasión, capacidad de comprensión, los estereotipos y prejuicios se sostienen en múltiples factores.

Es una simplificación creer que existe una usina central de manipulación de la imagen de las mujeres, sino más bien micro-poderes, situaciones totalmente naturalizadas y

---

<sup>29</sup> Periodista, productora Radio 2 de Rosario y editora en *Rosario/12* en *Página/12*, colabora también en suplemento semanal “*Las12*”.

aceptadas por la sociedad que atraviesan también a quienes hacen los medios de comunicación.

Los medios tienden a expresar imágenes estereotipadas y denigratorias de las mujeres, que refuerzan el modelo patriarcal. Y como esto no es estático, también hay mujeres “que rompen el molde”, aunque disten mucho de ser hegemónicas.

Esa tensión permanente tiene múltiples expresiones. Muchos compañeros trabajadores de prensa dicen, en broma, que “algo habrá hecho” una mujer cuando es víctima de violencia de género. Y esa broma, que no se permiten –por ejemplo- respecto a un desaparecido, les parece graciosa en estos casos.

Sin embargo, hay un dato alentador: esos supuestos chistes –que subsisten en muchas redacciones— no tienen lugar en público porque en los últimos años la percepción social sobre temas como violencia de género ha cambiado radicalmente.

### **La muerte de los crímenes pasionales**

Hace pocos años, cualquier caso de femicidio era rotulado sin reflexión ni excepción como un crimen pasional. La violencia de género era entendida como un suceso meramente policial, o un conflicto interpersonal. En los últimos años, en cambio, pasaron a formar parte de un fenómeno comprendido como violencia de género, o violencia machista.

¿Qué pasó para que esto cambiara, en los medios y en la sociedad?

En ese cambio tuvieron verdadera influencia los esfuerzos de los movimientos de mujeres, en sus expresiones sociales, académicas y políticas, para generar un “sentido común” diferente al que estaba naturalizado.

Ellas, las mujeres organizadas, pusieron en la agenda de la sociedad que las relaciones entre los géneros son jerárquicas. Empezaron a describir de qué hablamos cuando hablamos de patriarcado, describieron la situación de sumisión y vulnerabilidad de las mujeres, y empezaron a tejer otro sentido común en torno a lo que antes podía considerarse “problemas de pareja”. Lo sacaron del ámbito privado y lo situaron como un problema público.

Todas las personas que estudian el tema en la Argentina señalan como un primer punto de inflexión el femicidio de Alicia Muñoz, en febrero de 1988, y el posterior juicio a Carlos

Monzón. Allí, por primera vez, dejó de ser un tema de “puertas adentro” que debía “resolverse en familia”. El feminismo –todavía no se hablaba de movimiento de mujeres— salió a la calle, denunció, y se produjo una avalancha de denuncias de mujeres.

El asesinato de Wanda Taddei es un segundo salto en la visibilidad, aunque en este caso, se trató más bien de una condensación de discursos que venían haciéndose oír desde antes. La existencia de una muy buena ley nacional de violencia de género, aún cuando su cumplimiento sea tan parcial y precario, también contribuyó a poner el tema en otros términos en la sociedad.

Los colectivos de periodistas con mirada de género, como Par y Rima en la Argentina, hicieron otra importante contribución. Este tipo de aportes desde el mismo periodismo no se da sólo en Argentina, sino con mucha fuerza en España, por ejemplo.

Y así, hoy, mucha gente sabe qué quiere decir femicidio, aunque todavía podamos leer algunos titulares sobre “crímenes pasionales”.

### **En el reino de los prejuicios**

El discurso periodístico no está aislado. Todas las personas están expuestas a los los medios cotidianamente. En las ficciones, grandes modalizadores de discursos comunes, las mujeres somos manipuladoras, mentirosas, especuladoras, por lo general no trabajamos, y cuando lo hacemos estamos mucho más preocupadas por hacernos de un marido, o robárselo la pareja de otro, que por nuestras ocupaciones. No tenemos escrúpulos. Somos lindas, y tontas. O feas y malas, o lindas y malas. Cuando somos buenas, somos tan buenas que pasa un buey por adelante nuestro y no lo vemos. Tan buenas que somos víctimas. En otras ocasiones somos pintorescas. Mirando la televisión, parece que las mujeres no fuéramos personas, con virtudes y defectos.

Como atenuante, hay que decir que es un medio bastante simplificador y por ende, también los hombres la padecen. Claro que por lo general se les facilita, porque son depositarios de los mejores atributos: si son buenos, tienen plata, son exitosos y poderosos, son nobles aunque caigan en la trampa de esas pérfidas que los manipulan. Si son malos, son sagaces. En fin, ellos siempre llevan la mejor parte. Como ocurre en los trabajos, en la distribución de tareas hogareñas, en las relaciones de pareja, en la vida cotidiana.

En los programas de entretenimiento, lo que abunda son esos códigos de “barra de amigos” donde las mujeres somos, en el mejor de los casos, “objetos apetecibles”. Allí sólo hay bellos cuerpos, expuestos para solaz masculino. También es cierto que la ley de servicios de comunicación audiovisual abrió la puerta para denunciar todas las actitudes discriminatorias. Y que los movimientos de mujeres están haciendo uso de esa herramienta. Lo más difícil, una vez más, es desnaturalizar.

Y ni hablar en las tandas publicitarias, en los programas de entretenimiento, a la tarde. En las tandas, casi todo puede venderse mostrando un bello cuerpo de mujer, o como objeto de consumo para reforzar los atributos de éxito masculino. También –la bondad y el amor como argumentos para el trabajo doméstico- somos consideradas como consumidoras de los productos de limpieza. Allí somos las madres preocupadas por las manchas de la ropa de nuestros hijos, por los platos, etc.

El estereotipo en boga tiene que ver con nuestro carácter de gastadoras del dinero que con tanto esfuerzo ha obtenido el hombre de la familia. Ese nuevo estereotipo esconde que las mujeres somos muchas veces jefas de hogar, y que la mayor parte de nuestros ingresos –cuando no todo—está destinado siempre a la economía familiar.

Esos estereotipos siguen vigentes, aunque algunas personas quieran negarlos. Y están presentes en los relatos periodísticos, en primer lugar, porque los periodistas somos personas atravesadas por los discursos sociales. No se puede pretender que todos y todas los periodistas estén interesados en profundizar sobre la problemática de género, pero sí que cuando se tratan estas temáticas se plantee una mirada reflexiva para evitar, por ejemplo, la justificación de conductas violentas.

Mencionar a los celos como la explicación de un crimen es justificatorio. Para evitar eso, es bueno preguntarse ¿los celos son una razón más comprensible que la ocasión de robo para matar a alguien?, ¿no será que allí está reproducido ese estereotipo que dice que las mujeres pertenecen a los hombres y por ende ellos tienen ciertos derechos sobre sus cuerpos y sus vidas?

Los estereotipos sobre las mujeres son múltiples y también muy cambiantes. El original, el que justifica muchas conductas, tiene que ver con la tajante división entre la mujer casta-madre y la puta-deshonesta. Allí se fundan justificaciones que operan –por supuesto, de



manera implícita—en la violencia de género y en muchísimos discursos sociales que reproducimos diariamente.

Mi propuesta, entonces, es que quienes construimos las noticias tengamos una capacitación específica en la problemática de género, una capacitación que desnaturalice discursos.

# Mujeres y medios de comunicación: cambios y resistencias actuales\*

Por Florencia Laura Rovetto\*\*

## Resumen:

*La lucha por la equidad entre mujeres y hombres en todos los ámbitos de la vida es un proceso abierto y en disputa permanente que ha impactado en diferentes escenarios sociales entre los cuales se pueden destacar el académico, el jurídico y el de los medios de comunicación. Aquí se exponen algunos antecedentes de investigación que abordan la relación entre mujeres y medios de comunicación, algunas propuestas locales para transformar las condiciones de inequidad entre mujeres y hombres existentes en los contenidos periodísticos y en la producción de los mensajes, así como algunas innovaciones legales que, en la actualidad, contribuirían a profundizar estos cambios.*

## Antecedentes

El tema que nos ocupa es muy amplio y complejo, y ha adquirido mayor visibilidad en la última década en distintos escenarios sociales y políticos que hasta el momento no lo consideraban un tema prioritario. Ciertamente, las desigualdades entre mujeres y hombres en los medios de comunicación ha sido una preocupación constante para los movimientos feministas desde la década del '70, pero no ha estado en la agenda de los gobiernos ni de las industrias mediáticas. Sin embargo, en la actualidad, el tema que nos ocupa ha sido abordado por trabajos académicos tendientes a echar luz sobre las desigualdades de "género"<sup>30</sup> en los medios de comunicación, y ha sido incorporado en la

---

\* Este trabajo es parte de la investigación *Producción informativa y estereotipos de género. Trabajo, representación, inequidad e invisibilidad de las mujeres en los medios de comunicación de la provincia de Santa Fe*, financiada por Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).

\*\* Licenciada en Comunicación Social por la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario (UNR), Doctora en Periodismo y Ciencias de la Comunicación por el Departamento de Periodismo y de Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) e investigadora del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Realiza tareas de docencia e investigación en la Facultad de Ciencia Política y RR.HH. de la UNR y en la Facultad de Trabajo Social de la Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER). Su trabajo se enmarca en las siguientes áreas

elaboración de instrumentos legales y jurídicos que sancionen los contenidos discriminatorios mediante articulados referidos a *violencia mediática* y *violencia simbólica*. A su vez, en los últimos años, los medios de comunicación han puesto el foco (aunque no siempre visibilizando la complejidad causal de las problemáticas) sobre temas como los *femicidios* o el *aborto* que hoy constituyen parte de la agenda informativa de los medios argentinos.

Por otra parte, en la actualidad se han producido importantes avances para evaluar la situación de las mujeres en los medios de comunicación y crear acciones concretas que incidan en la promoción y el reconocimiento pleno de sus derechos, con la clara intención de promover la reformulación de los contenidos mediáticos, de modo tal que reflejen una realidad coincidente con su cotidianeidad, trayectorias, roles profesionales y personales en las actuales sociedades democráticas; al mismo tiempo que se crean estrategias para favorecer la participación de las mujeres, en calidad de sujetos de derechos en los medios de comunicación, como veremos más adelante.

Los primeros antecedentes de la articulación entre medios de comunicación y mujeres se registran en la década del '70, en los planteos del movimiento feminista: "si se quiere combatir las desigualdades profundas existentes por razón de sexo y que las medidas o planes que se creen para ello sean eficaces, lo primero que se ha de modificar es el comportamiento de los medios de comunicación"<sup>31</sup>. Esta advertencia junto con otras demandas impulsadas por organizaciones de mujeres, fueron recogidas por los organismos internacionales e incluidas en parte de sus programas y declaraciones. Desde entonces hasta hoy han pasado más de tres décadas de reconocimiento explícito sobre el papel de los medios de comunicación como instituciones con mayor poder para elaborar y trazar directa o indirectamente las pautas culturales de las sociedades que generalmente,

---

temáticas: género y sexualidades en los medios de comunicación; mujeres y mercado laboral, mujeres y educación superior.

<sup>30</sup> En este trabajo no pretendemos entrar en la discusión sobre la categoría de género como categoría de análisis. Sin embargo, no desconocemos las implicaciones "negativas" que tiene la "normalización" de cierto enfoque de género en las investigaciones académicas y en las administraciones públicas al no incorporar un "enfoque integral y crítico" sobre esta problemática "están desconectados de la base teórico y política que dio origen: la teoría feminista" (Sanchez Leyva y Reigada, 2007: 11). Para profundizar en la revisión crítica del concepto de género que se inicia a partir de los años '80, véase Scott (1996) y Butler (2001 y 2002), entre otras.

<sup>31</sup> Esta planteamiento se encuentra en la nota editorial de la Revista Duoda que aborda retrospectivamente el desarrollo de la teoría feminista como una aproximación al pensamiento de la diferencia sexual (1991), pp. 10-12.

desplazan, excluyen o marginan a la mayoría de la población que no se encuentra en los centros de poder<sup>32</sup>.

En paralelo con esto, a principio de los '80, se empiezan a producir algunos diagnósticos nacionales, regionales y mundiales sobre las mujeres que ponen en evidencia la violación de sus derechos humanos en todos los ámbitos de la vida, en reciprocidad con su marginalidad de la economía mundial y las restricciones para gozar de una ciudadanía plena; identificándose como elemento fundamental, originador de estas causas, al acceso muy limitado de las mujeres a los medios de comunicación y las tecnologías de información, en términos de representación y de empleo. El problema sobre las imágenes estereotipadas de las mujeres que prevalecen en estas industrias, así como su escasa participación como propietarias y productoras, se presentan como poderosas barreras que dificultan la universalidad de los derechos humanos (Abril 1994).

A su vez, durante ese período, se incorporan los asuntos específicos de las mujeres en la agenda internacional así como en las universidades<sup>33</sup>, a través de los centros de investigación y de los programas de estudio que pasan a enfocar los derechos de las mujeres (y entre ellos, el derecho a la comunicación) como una de las claves fundamentales para el desarrollo de las sociedades democráticas<sup>34</sup>.

Con la designación del Año Internacional de la Mujer en 1975 y del Decenio de la Mujer, de 1976 a 1986 en la Organización de Naciones Unidas (ONU), se comienza a realizar un

---

<sup>32</sup> Ya en 1975, durante el *decenio de la mujer*, la UNESCO planteó elaborar diversos informes en los cuales recoger “*la situación de la imagen de la mujer en los medios de comunicación en todas partes del mundo*”, al mismo tiempo que se elaboraron informes para *diagnosticar la situación de la mujer como trabajadora en los medios* (Ceulemans y Fauconnier 1979).

<sup>33</sup> El puntapié inicial viene de la mano de la académica norteamericana, Gaye Tuchman (1978) que desde el paradigma funcionalista aborda la construcción de la noticia señalando que la representación de las mujeres en los medios de comunicación es desproporcionadamente inferior a su presencia en el mundo laboral y cultural. A este fenómeno lo denomina “*Symbolic annihilation*” (“*aniquilación simbólica*”) de las mujeres ya que ni su historia ni su actividad presente son objeto central de las noticias.

<sup>34</sup> En el año 1979 la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó la *Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer*. La misma entró en vigor como tratado internacional el 3 de septiembre de 1981 y ha sido ratificada por todos los Estados miembros. El artículo 5 de la *Convención* se refiere específicamente a “estereotipos y prejuicios por motivos de sexo” y estipula que los Estados “*tomarán todas las medidas apropiadas para 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*”. Disponible en <http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw>.

diagnóstico progresivo sobre la representación de las mujeres en los medios de comunicación en todo el mundo. Más tarde, en la *Plataforma de Acción de Beijing* 1995 se incluye el apartado de “Mujer y medios de comunicación”, tomando a los medios de comunicación como una de las doce áreas de especial interés para conseguir la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres: “el género debe ser integrado en la tarea periodística y comunicativa en general, en todas las fases del proceso de creación de la información, como un criterio de calidad profesional”<sup>35</sup>.

Estas declaraciones y postulados políticos de carácter internacional, en alianza con el campo académico-científico, no estuvieron al margen de las críticas del movimiento feminista que denunciara la inconsistencia de las medidas y su reducción a un listado de buenas intenciones que no abordan ni transforman el problema de la desigualdad y del poder, mostrándose incapaz de explicar y revertir las causas estructurales de la subordinación de las mujeres en todos los ámbitos. Al respecto, Sanchez Leyva y Reigada (2007) señalan que en las últimas décadas hemos asistido a una “creciente armonía entre la perspectiva de género y la gestión de las administraciones públicas” sin cuestionar los preceptos políticos y económicos del neoliberalismo y reduciendo los objetivos feminista al logro de una “igualdad limitada” y sin grandes cambios que interpelen todas las jerarquías y todas las desigualdades -de etnia, clase, orientación sexual, etc.- (p. 12).

También en los primeros ‘80, Mattelart (1982), hace alusión al sesgo mediático que enfoca a las mujeres como sujetos pasivos. En ese mismo período, Margaret Gallagher se lamenta por la inexistencia de suficientes datos fiables, y las escasas investigaciones sobre el trabajo de las mujeres en los medios de comunicación<sup>36</sup>. Para entonces, sólo Estados Unidos y algunos países de Europa del Norte habían desarrollado pocos estudios sobre mujeres y medios de comunicación, creando comisiones de mujeres periodistas y organizaciones de “vigilancia” de los mensajes mediáticos (Gallagher, 1979 y 1981); (Ceulemans y Fauconnier 1979).

---

<sup>35</sup> UN, (1995) IV Conferencia Mundial sobre la Mujer. Declaración y Plataforma de Acción de Beijing. Aprobada en la 16ª sesión plenaria, celebrada el 15 de septiembre de 1995; para el debate, véase el capítulo V. Disponible en: <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/BDPfA%20S.pdf>

<sup>36</sup> En el informe sobre “Mujeres y medios de comunicación”, Gallagher señala que a principios de la década del 80 apenas se cuentan más de diez investigaciones sobre mujeres y medios de comunicación en lengua castellana.

Si bien en el presente, los estudios sobre periodismo desde la perspectiva feminista tiene una presencia creciente en la academia, aun no gozan de una gran difusión en las currículas de estudio ni en los congresos de comunicación, manteniendo un lugar secundario y periférico al que han sido desplazados históricamente los estudios feministas en el campo de la educación superior; hecho que ha impedido valorar y reconocer que buena parte de la preocupación contemporánea, por estas problemáticas sociales, viene de la mano de las aportaciones realizadas, especialmente, a partir de la década de los sesenta, desde la teoría feminista (Sánchez Leyva y Reigada, 2007).

En este sentido, no es extraño registrar que una de las contribuciones más relevantes sobre el análisis de la presencia de las mujeres en los medios de comunicación como objeto de las noticias pero también como productoras de las mismas a nivel mundial, provenga de un ámbito extra académico: el Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP), llevado adelante por la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC por sus siglas en inglés) es la investigación más extensa y rigurosa que se realiza cada cinco años desde 1995 y mide la representación de mujeres y hombres en los medios noticiosos del mundo. Cada monitoreo pone de manifiesto la inequidad y segregación laboral que experimentan las periodistas en los medios de comunicación, al mismo tiempo que se evidencian los roles estereotipados con los que se representan a mujeres y hombre a nivel mundial. Finalmente, se afirma que la realidad es mayoritariamente contada por hombres y también por mujeres que asumen una perspectiva que refuerza los valores dominantes y favorece los estereotipos y prejuicios sexistas (WACC, 2010).

“El género no es un asunto exclusivo de las mujeres”, con este epígrafe, Margaret Gallagher resume perfectamente la cuestión central que evidencian los informes de GMMP que pretenden fomentar la conciencia tanto de los profesionales de la comunicación como de los ciudadanos en general para conseguir una representación de los hombres y las mujeres más digna: “los ciudadanos deben valorar toda la riqueza de lo masculino y femenino en un mundo que está redefiniendo los roles sociales” (Gallagher, 2001:8)<sup>37</sup>.

---

<sup>37</sup> A su vez, para esta autora, los problemas de las mujeres exceden los límites de este grupo social y deben preocupar a todos los ciudadanos: “If you are white, male, a businessman or a politician or a professional or a celebrity, your chances of getting represented will be very high. If you are black, or a woman without social

El cuarto monitoreo, presentado en 2010, fue realizado en 108 países simultáneamente, incluyendo la Argentina. El día 10 de noviembre de 2009 se monitorearon los medios noticiosos en todo el mundo y la tarea estuvo coordinada por redes locales de periodistas<sup>38</sup>. Desde el primer GMMP (1995) hasta el cuarto (2010) se ha sostenido que “el mundo del que se informa en las noticias es básicamente masculino<sup>39</sup>. En general, las notas periodísticas tuvieron dos veces más probabilidades de *reforzar los estereotipos de género en lugar de cuestionarlos*. Las noticias que abordaron *la (des)igualdad de género son prácticamente inexistentes*. A su vez, el último informe revela que un análisis de la cobertura sobre *temas de especial importancia para las mujeres*, contenidos en la Plataforma de Acción de Beijing reciben, en promedio, *ocupan menos de 1.5% de atención en los medios* (WACC, 2010: 7).

Con lo expuesto podemos advertir que lejos de haber alcanzado los objetivos propuestos en la *IV Conferencia Mundial sobre las Mujeres y su Plataforma de Acción de Beijing* (1995), en donde se expresa claramente “suprimir la proyección constante de imágenes negativas y degradantes de la mujer en los medios de comunicación (...) y los productos violentos y degradantes o pornográficos de los medios de difusión que perjudican a la mujer y su participación en la sociedad” (ONU, 1995: 22), el GMMP 2010 denuncia más bien un aumento de la violencia y la discriminación contra las mujeres y las niñas en los contenidos, y en particular de la pornografía y la prostitución, que se ha multiplicado en

---

status, or poor, or working class or gay or powerless because you are marginal, you will always have to fight to get heard and seem. This does not mean that no one from the later groups will ever find their way into the media. But it does mean that the structure of access to the media is systematically skewed in relation to certain social categories” (Gallagher, 2001:29).

<sup>38</sup> El monitoreo 2010 en Argentina estuvo coordinada por Marcela Gabioud y Claudia Florentin y el Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos de Mar del Plata. Se analizaron los diarios *Página /12, Crítica, La Nación, Crónica, Clarín, La Capital de Rosario, Diario Río Negro*, las televisoras *canal 9, canal 11, canal 13, canal 7*; y las radios *Nacional, Radio 10, Radio Continental, Cadena 3 y Radio Mitre*. El criterio de selección de medios trató de dar una mirada más inclusiva de la realidad de las distintas regiones de ambos países en vez de centralizarlo solo en los medios de las capitales. El informe completo discriminado por países está disponible en <http://www.whomakesthenews.org/>

<sup>39</sup> Según este estudio de las noticias que aparecieron durante la jornada monitoreada, 1.3% fueron sobre violencia basada en el género, 0.3% sobre participación de las mujeres en la economía, 1.2% sobre pobreza y 0.9% sobre la paz. Mujeres y participación política recibió la mayor cobertura, alcanzando 3.4%. Casi la mitad (48%) de todas las noticias refuerzan los estereotipos de género, mientras que apenas 8% de ellas cuestionan estos estereotipos. Sólo 12% de las noticias destacaron temas de equidad de género o desigualdad de género. Los hallazgos sugieren que numerosas noticias pierden la oportunidad de crear conciencia con respecto a los instrumentos establecidos para proteger los derechos humanos, los derechos de las mujeres o la equidad de género (WACC, 2010).



las programaciones de los medios tradicionales y de las nuevas tecnologías. Así, la responsabilidad de los medios en la reproducción de los prejuicios y prácticas discriminatorias que contra las mujeres prevalecen en la sociedad, continúa siendo una asignatura pendiente. Por último, el GMMP propone profundizar dos tipos de acciones para conseguir una representación mediática más respetuosa de los hombres y de las mujeres. Por un lado, seguir controlando y vigilando (*monitoring*) los mensajes que se emiten y publican y, por otro, abogar (*advocacy*) por iniciativas sociales para lograr estos cambios, cuyos agentes sean los propios ciudadanos (WACC, 2010: 5).

### **Los estudios feministas en comunicación**

El creciente y sostenido interés por estudiar los medios de comunicación en tanto instituciones que construyen sentidos respecto de las mujeres y, al mismo tiempo, debatir su función en la esfera pública, ha sido tematizado por investigadoras y teóricas que, en la mayoría de los casos, sitúan sus reflexiones como parte del entramado político y militante del movimiento feminista en cada contexto histórico de producción<sup>40</sup>.

En este sentido, Laudano (2010) nos recuerda que en el campo comunicacional las feministas actualizan “la reflexión en torno a la pregunta fundacional de la investigación en comunicación de principio del siglo XX referida a las posibilidades de acción de los medios en relación a sus receptores/as” (p. 41). De acuerdo con esto, la reflexión sobre la construcción del discurso informativo como relato del acontecer diario que afecta al conjunto de la sociedad comenzó a abordarse de manera crítica y sistemática, incluyendo nuevas preguntas y miradas sobre la dimensión de “género” en esta materia, al mismo tiempo que se elaboraban propuestas para crear conciencia sobre la responsabilidad y el derecho sobre los mensajes públicos que comparte el conjunto de la sociedad.

En los primeros años del siglo XXI, en Argentina, no se ha alcanzado un alto el desarrollo académico de estos estudios, aunque en la actualidad están ciertamente en progresión<sup>41</sup>.

<sup>40</sup> Al respecto Michèle Mattelar (2007) nos indica que el reconocimiento unánime del par temático Mujeres/Medios “no significa de ningún modo que éste no haya sido trabajado por una pluralidad de tradiciones, de acercamientos heurísticos, de sensibilidades políticas y de estimaciones estratégicas expresados en el seno del feminismo” (p. 29). Más bien, se presenta como una empresa a priori deslegitimada por la discriminación a dos objetos (Mujeres/Medios) considerados socialmente secundarios e infravalorados intelectualmente.

<sup>41</sup> Las investigaciones y los debates sobre la posición de mujeres y hombres en la producción periodística son todavía poco visibles, en virtud del pequeño número de departamentos, institutos y centros universitarios de estudios feministas en donde el abordaje de los medios de comunicación desde esta perspectiva ocupa un lugar extremadamente marginal. El silencio sólo es roto por algunos artículos publicados en revistas, algunas



Los primeros estudios basados en los aportes del feminismo al análisis de los medios de comunicación se registran a principios de los años '90, en las actas del único evento nacional consagrado al feminismo, las Jornadas Nacionales de Historia de las Mujeres (1991) historia de las mujeres y más tarde (1996) también, Congreso Iberoamericano de Estudios de Género (Elizalde, 2007: 18) y más tarde en las actas de las Jornadas organizadas por la Red Nacional de Investigadores en Comunicación (1995). La falta de un estudio riguroso a nivel nacional que de cuenta de quiénes fueron las impulsoras de las investigaciones sobre comunicación con un enfoque feminista nos plantea un trabajo exploratorio de mayor calado y extensión que se presenta como una vacancia para abordar en futuras investigaciones.

En este contexto, se destacan los trabajos que articulan los estudios feministas y de comunicación, demarcando un novedoso territorio del saber que interpela, en sus propios ámbitos, las concepciones tradicionales de la investigación en el análisis de los fenómenos culturales, observando sus lagunas frente al androcentrismo dominante en la ciencia<sup>42</sup>.

En el transcurso de la última década en Argentina, los estudios se han orientado hacia aspectos muy heterogéneos, utilizando metodologías muy variadas con la pretensión de incidir en las instituciones académicas propiciando la incorporación de los aportes de las teorías feministas al campo disciplinar de la comunicación social y la formación periodística. Se vuelve con insistencia al papel de las mujeres como comunicadoras en los medios masivos y alternativos.

Elizalde ha explorado la temática tomando las investigaciones presentadas a congresos de comunicación y publicadas en las pocas revistas especializadas que tienen por soporte a los medios y abordan la *representaciones de la mujer, lo femenino, y el cuerpo de la/as mujeres/as en formatos y discursos mediáticos; el tratamiento periodístico (casos*

---

tesis universitarias y por las intervenciones militantes provenientes de asociaciones de periodistas “con visión de género”.

<sup>42</sup> Al respecto, Silvia Elizalde señala que en el contexto local “*ambos territorios del saber* (los estudios de género y los estudios de comunicación) *han cuestionado en sus propios ámbitos las concepciones tradicionales de la investigación y el análisis cultural, en sus búsquedas y debates sobre la especificidad de sus universos de intervención, y en contra de la idea de la autonomización radical de los objetos de estudio como principio garante de la legitimidad académica o científica*” (Elizalde, 2007:15).

*judiciales de discriminación, mujeres jóvenes, violencia y delitos sexuales, aborto, Encuentros Nacionales de Mujeres) y los procesos de recepción y usos de medios por parte de las mujeres (Elizalde, 2007).*

Para esta autora, la mayoría de las producciones locales se limitan a desmontar las lógicas de construcción mediática a partir del análisis lingüístico y de discurso sin avanzar en la producción de conclusiones que no sean sólo la verificación de un sentido común extendido sobre cómo los medios estereotipan la realidad social, también aportan reflexiones sobre las matrices ideológicas que organizan y sostienen las rutinas profesionales y develan los intereses de las empresas mediáticas como actores económicos y políticos claves, que se traduce en el reforzamiento de prácticas discriminatorias, estigmatizantes y criminalizadoras hacia ciertas personas y grupos.

En otra línea de trabajos, que pueden enmarcarse en el desarrollo de la investigación para la acción, encontramos un conjunto de producciones vinculadas a la práctica periodística en el país, con trabajos de diagnóstico y análisis llevados adelante por colectivos profesionales de mujeres periodistas -Periodistas de Argentina en Red por una comunicación no sexista (PAR)<sup>43</sup>; Artemisa Comunicación; Equipo Latinoamericano de Justicia y Género (ELA)<sup>44</sup>- sensibles a la temática que, en los últimos años, han producido estudios con el fin de realizar propuestas concretas de “buenas prácticas” en pos de generar mayores grados de equidad de géneros en la tarea periodística y en las representaciones sociales de los productos mediáticos (como, el registro sistemático de la violencia contra las mujeres en los medios o los protocolos para el tratamiento periodístico de la violencia de género o los delitos de trata)<sup>45</sup>.

En esta línea de trabajos también se inscriben las dos compilaciones de Chaher y Santoro, tituladas *Las palabras tienen sexo* (2007 y 2010) y publicadas por la editorial

---

<sup>43</sup> Entre las acciones llevadas a cabo recientemente por la Red PAR, se encuentra el *Decálogo sobre un adecuado tratamiento periodístico de la violencia de género*. Una herramienta dirigida a profesionales y estudiantes de periodismo y comunicación. Para acceder al decálogo se puede consultar <http://www.redpar.com.ar/>.

<sup>44</sup> Algunas de las investigaciones realizadas ELA cuenta con el apoyo financiero de WACC se han realizado durante 2010 y 2011. Todas ellas están disponibles en: <http://www.ela.org.ar>.

<sup>45</sup> Muchas de estas investigaciones se han realizado conjuntamente con asociaciones de igual calibre existentes en el ámbito internacional a través de articulaciones en redes de profesionales movilizadas por las mismas inequidades –el Monitoreo realizado por WACC y el Informe Global sobre la Situación de las Mujeres en los Medios de Comunicación realizado por la Fundación Internacional de Mujeres Periodistas (IMFW) son ejemplos de investigaciones globales.

Artemisa Comunicación<sup>46</sup>. Estas publicaciones tienen el acierto de reunir diferentes trabajos de investigación, ensayos y análisis críticos sobre periodismo en Argentina desde un enfoque feminista realizados tanto por académicas como por periodistas.

Allí, se desarrollan los principales temas y debates de la crítica feminista a los medios de comunicación, rescatando los hitos de feminismo en el periodismo argentino largamente invisibilizados (Fletcher, 2007); los marcos legales internacionales sobre el derecho a la comunicación y la información por parte de las mujeres (García Muñoz, 2007); y la transversalización de la perspectiva de género en las prácticas periodísticas y la propuesta de utilizar un lenguaje no sexista (Chaher y Santoro, 2007), son algunos de los aportes presentados en el primer volumen de la colección.

Mientras que en el segundo volumen se profundizan los principales paradigmas de investigación feminista sobre medios de comunicación que se desarrollaron en el país (Laudano, 2010); se abordan las “nuevas” masculinidades que aparecen en la escena pública de la información (Faur y Medan, 2010); se reflexiona sobre el tratamiento de la salud sexual y reproductiva en las noticias (Laudano y Chaher, 2010); se analiza la inequidad laboral y la invisibilización de las mujeres en los espacios de producción informativa (Chaher, 2010); el crecimiento de la presencia de la violencia de género y los feminicidios en el relato periodístico (Barcaglioni, 2010); y las estrategias actuales para construir un relato periodístico con perspectiva feminista utilizando las nuevas tecnologías de la información (Santoro, 2010).

Los datos aportados por estas investigaciones nos muestran un panorama poco alentador tanto en el ámbito de la representación como de la producción. Se corrobora que la representación de las mujeres en el discurso de los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías, reproduce los estereotipos sexistas que asocia a las mujeres con roles tradicionales (madres, esposas y amas de casa) en donde se enfatiza su supuesta fragilidad y vulnerabilidad y su adscripción social al espacio doméstico, o que las representan como objetos sexuales. A su vez, los medios no visibilizan la participación de las mujeres y su poder como agentes sociales en las esferas política, económica, educativa y cultural.

Por su parte, los estudios sobre la propiedad de los medios y sus implicaciones en las rutinas de producción y en los contenidos, reflejan una relación de marginación, y también

---

<sup>46</sup> La Asociación Civil Artemisa Comunicación funcionó desde 2005 a 2012 como agencia feminista de noticias abordando temas centrales con enfoque de género.

de discriminación, de las mujeres en las industrias mediáticas -sea como propietarias, trabajadoras (editoras, reporteras, periodistas) o creadoras (cineastas, productoras, directoras). Y finalmente, en relación al acceso a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación con capacidad de producción y representación, el balance indica que estas herramientas consolidan las desigualdades de género existentes.

### **Legislación sobre mujeres y medios de comunicación en Argentina**

En los últimos años, la legislación argentina ha introducido parte de estas consideraciones, incorporando algunas de las históricas demandas del movimiento feminista en pos de revertir el cuadro de inequidades entre mujeres y hombres en la producción y los contenidos periodísticos que se han vuelto ineludibles a partir de las evidencias presentadas en las producciones académicas.

Estas modificaciones normativas también intentan adecuar las legislaciones locales a las transformaciones sociales protagonizadas por las mujeres en las últimas décadas y a los tratados y convenciones internacionales que contemplan recomendaciones (o prescripciones) dirigidas a los Estados, con el fin de proteger y promover, en un sentido amplio, los derechos de las mujeres en los medios de comunicación<sup>47</sup>.

Asimismo, Argentina cuenta en la actualidad con un nutrido marco legal para la defensa y promoción de los derechos de las mujeres en relación a los medios de comunicación. Entre las innovaciones legislativas producidas recientemente se retoman las propuestas emanadas de la *Plataforma de Acción de Beijing 1995* y el texto de la *Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer*, ratificada por el Estado Nacional en 1985, mediante la ley 23.179, e incorporada a la Constitución Nacional en el Artículo 75, inciso 22, a partir de la reforma de 1994. Estas declaraciones

---

<sup>47</sup> Entre las herramientas internacionales se encuentra el Protocolo Facultativo de la Convención para la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW) que, así como la Convención de Belém do Pará (1994), comprometen a los Estados a eliminar la violencia y la discriminación contra las mujeres, tanto en el plano público como privado. Asimismo, recogen las demandas expresadas en las conferencias regionales que han convocado a académicas, comunicadoras y mujeres periodistas en Bangkok (febrero de 1994), Quito (abril de 1994) y Toronto (marzo de 1995) que contribuyeron a la elaboración de la Plataforma de Acción emanada de la IV Conferencia Mundial de la Mujer, en Beijing 1995 para: *a) impulsar el acceso y participación de las mujeres en los medios tradicionales y en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y b) promover una representación libre de estereotipos con el fin de promover la ciudadanía plena de las mujeres, en ejercicio de su vida y su libertad.*

internacionales han señalado, oportunamente, que -a pesar del aumento del número de mujeres en el sector de las comunicaciones- pocas ocupan puestos directivos o con influencia en la política de los medios de difusión, existiendo una persistencia de los estereotipos basados en el género.

Además, estos marcos normativos han planteado que para revertir esta situación “debería potenciarse el papel de la mujer, mejorando sus conocimientos teóricos y prácticos y su acceso a la tecnología de la información” y que los gobiernos y otros sectores “deberían fomentar una política activa y visible de incorporación de una perspectiva de género en sus políticas y programas”.

Las recientes novedades producidas en la legislación nacional que abordan el problema de los medios de comunicación y las mujeres son la Ley 26.485 de *Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres en los Ámbitos en que Desarrollen sus Relaciones Interpersonales*, promulgada en abril de 2009, en donde se destaca el Artículo 6º, apartado f), que hace referencia a la “Violencia mediática contra las mujeres: aquella publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipados a través de cualquier medio masivo de comunicación, que de manera directa o indirecta promueva la explotación de mujeres o sus imágenes, injurie, difame, discrimine, deshonre, humille o atente contra la dignidad de las mujeres, ... o construya patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o generadores de violencia contra las mujeres”.

Y la Ley 26.522 de *Servicios de Comunicación Audiovisual*, promulgada en febrero de 2010, que presenta criterios de igualdad de oportunidades y equidad de géneros en su Artículo 1º, donde se hace alusión a las prácticas profesionales asentando la necesidad de “...mejorar la capacidad de las mujeres para utilizar los medios informativos y la comunicación...”; y en su Artículo 3º, donde se propone como objetivo “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”. Asimismo, la Ley 26.522 recoge los “21 puntos básicos por el derechos a la comunicación” que fueron elaborados en 2004 por una amplia coalición de periodistas, comunicadores sociales, medios de comunicación locales y comunitarios, sindicatos y asociaciones de profesionales de los medios, el cine y el arte, organizaciones sociales y no gubernamentales, con el fin de aportar a la democratización de las comunicaciones en

nuestro país, con perspectiva pluralista e inclusiva. En el punto 5 de estos 21 puntos básicos, se señala concretamente la necesidad de garantizar “igualdad de género e igualdad de oportunidades para el acceso y participación de todos los sectores de la sociedad a la titularidad y gestión de los servicios de radiodifusión” (Ley 26.522).

### **Diagnóstico y propuestas para revisar el trabajo periodístico**

Con estas preocupaciones, en los últimos años, hemos dado curso a diversas investigaciones que abordan la representación de las mujeres en los medios noticiosos de actualidad. Partimos de considerar que las informaciones funcionan como instrumentos de representación que han de proporcionar día a día conocimientos significativos sobre los cambios sociales e institucionales que vive el conjunto de la sociedad (Moreno, 1998). Un ejemplo de las transformaciones sociales más significativas producidas en los últimos años es el acceso masivo de las mujeres a los espacios públicos y a los escenarios del poder político, económico, cultural... de los que, hasta no hace mucho, estábamos excluidas. A partir de aquí, suponíamos que esta realidad innegable tendría que traducirse en una mayor presencia de las mujeres y un tratamiento de género más igualitario, también en la prensa de información general y restantes medios que dan cuenta de las actuaciones públicas experimentadas por el conjunto de la ciudadanía.

Sin embargo, la lectura atenta de la prensa de actualidad, intentando detectar cómo da cuenta día a día de los acontecimientos sociales, nos dice que esto no es así. La representación de la realidad social en los diarios parece impermeable a los acontecimientos más decisivos para la vida cotidiana de las personas, si bien es cierto que no todos los medios de comunicación, ni todas las secciones de los periódicos, ni por supuesto todos los periodistas ponen de manifiesto la misma miopía ante los asuntos que afectan al conjunto de la ciudadanía. Una mirada rápida a las portadas que se ofrecen en cualquier kiosco permite advertir que, curiosamente, la prensa considerada seria, la que centra su atención en los escenarios públicos en los que se dirimen los problemas y las posibilidades de la democracia y en los personajes (mayoritariamente hombres, pero también mujeres homologadas a estos) que detentan los poderes políticos, económicos y culturales, es más impermeable y manifiesta mayor resistencia a dar cuenta de las aportaciones que hemos hecho y hacemos las mujeres y también la mayoría de los hombres.

Las conclusiones a las que hemos llegado en nuestras investigaciones pueden resultar evidentes para algunas personas habituadas a la lectura de diarios: las mujeres apenas aparecen como protagonistas de los hechos que se consideran noticiables; su presencia en la prensa no se ha incrementado proporcionalmente a su incorporación a los escenarios públicos, económicos, políticos, culturales...; y cuando aparecen, suelen ser representadas como víctimas pasivas y pacientes, en situaciones anecdóticas o como objeto de ironía. Por tanto, podemos pensar que la prensa resulta impermeable a los cambios sociales que las mujeres protagonizamos (Rovetto, 2011).

Ahora bien, que sea así no significa que no pueda ser de otro modo y que no tengamos que trabajar para que la información se ajuste más a la realidad y aporte luz sobre el conjunto diverso de la sociedad. Ciertamente, la presencia de las mujeres en las noticias sólo adquiere pleno significado cuando se relacionan con la atención que reciben los hombres, y se aborda la representación de mujeres y hombres en el conjunto del periódico. Porque el problema no se puede situar en las mujeres y considerarlas víctimas una vez más ahora de la prensa. Tampoco se puede reducir a una cuestión de género: no todos los hombres son considerados protagonistas y sujetos agentes de las noticias, ya que la mayoría de hombres corren una suerte similar a la de las mujeres.

De hecho, la prensa también se muestra impermeable a las actuaciones de los numerosos y diversos colectivos de mujeres y hombres de distintas edades, procedencias y condiciones personales y sociales, que constituyen hoy la ciudadanía plural, que individual y colectivamente son quienes deben controlar, evaluar y legitimar las actuaciones de los representantes políticos y las políticas públicas implementadas por las administraciones que afectan de forma directa el desarrollo individual y social de la vida cotidiana.

A su vez, a partir de los diagnósticos realizados para comprender la adecuación de la información mediática a los cambios sociales, y también con la intención de encontrar soluciones a este problema, hemos desarrollado y aplicado una herramienta práctica, denominada Test ADSH para evaluar la Amplitud, la Diversidad y la Sensibilidad Humana de la mirada informativa, basado en cinco interrogantes: quién enfoca, a quién, haciendo



qué, en qué escenarios, y utilizando qué fuentes (Moreno, et al., 2007)<sup>48</sup>. Esta herramienta constituye parte de una manual destinado a estudiantes y trabajadores de los medios de comunicación, ya que fue concebida para hacer un diagnóstico crítico de las informaciones, pero al mismo tiempo, ofrecer una herramienta de trabajo para los y las periodistas a la hora de elaborar los mensajes mediáticos.

Con la herramienta Test ADSH se ha realizado un ejercicio minucioso para detectar las rutinas conscientes e inconscientes (androcéntricas) presentes en la producción de noticias y las reglas que rigen la representación y la interpretación, de las mismas. Ya que estas reglas parecen haberse adecuado a convenciones y esquemas aprendidos, que con el tiempo y el uso se han convertido en las “únicas” formas posibles de redacción de noticias.

La aplicación del Test ADSH a diversas publicaciones periodísticas de actualidad puso en evidencia que la representación de las mujeres en la prensa, no da cuenta de su creciente incorporación al mercado de trabajo, con la diversa y la multifacética actividad femenina en el campo profesional de las sociedades modernas. A su vez, pusimos en evidencia que el bajo nivel de visibilidad del trabajo de las mujeres en la prensa actual no se corresponde con los cambios sociales y las modificaciones normativas más recientes que afectan a la equidad entre mujeres y hombres. Y se constata que en los textos periodísticos analizados se da una ausencia casi total de referencias a la necesidad de generar un debate social sobre la situación del empleo de las mujeres: la precariedad, la conciliación, la doble jornada de trabajo y la igualdad de oportunidades que incluya diferentes protagonistas individuales y colectivos y a las propias involucradas.

Los diarios de información general nos muestran una realidad que excluye a la mayoría de las mujeres y no dan cuenta de los cambios y las transformaciones sociales que se producen en la realidad del conjunto de la ciudadanía, entre los cuales destacamos la incorporación de una gran cantidad de mujeres al mercado laboral en los últimos treinta años. La significativa ausencia de noticias protagonizadas por mujeres se traduce en el

---

<sup>48</sup> La idea fundamental que oriento estos diagnósticos se basó en la necesidad de indagar por ¿de quién hablan las noticias?, es decir, ¿quién (o quiénes) se presenta como protagonista de las noticias? y ¿qué tratamiento reciben? La respuesta a estos interrogantes básicos permite evaluar qué visión ofrecen los periódicos analizados de los protagonistas de la información. Por último, de estos interrogantes se derivan las cinco preguntas metodológicas del Test: quién enfoca, a quién enfoca, en qué actuaciones, en qué escenarios y utilizando qué fuentes.



hecho de que un gran número de personas presenten pocas o ninguna mención en el conjunto de la publicación. Esto indica lo que se considera más significativo o insignificante a la hora de construir el texto periodístico, y también, lo que es mejor valorado. A su vez, da cuenta de la construcción del orden del discurso androcéntrico que incluye a unos determinados personajes, a los que no es necesario describir ni caracterizar ya que forman parte de “lo que debe ser” más enfocado y más significativo (Moreno, 1998).

A partir de esta investigación, podemos afirmar que la evolución hacia una sociedad justa e igualitaria, basada en la participación real de toda la ciudadanía en los escenarios de poder político, económico y social, depende de la supresión de las disparidades y obstáculos que limitan el empleo y la evolución profesional de las mujeres, así como de la eliminación de su exclusión o su presencia estereotipada en los medios de comunicación.

Por último, es importante recalcar que estas reflexiones conllevan un análisis crítico del discurso informativo, que no se reduce solamente a analizar lo que se dice, sino, como señala Natividad Abril (1994), también tiene en cuenta aquellos acontecimientos y actuaciones protagonizados por las mujeres que se silencian, que no se publican ni se difunden, se omiten o son condenados al silencio y al ostracismo, por no responder al denominado “interés periodístico” imperante en las redacciones.

### **Bibliografía:**

ABRIL VARGAS, N., *Las mujeres en la prensa diaria vasca*. Bizkaia: Servicio Editorial Universidad del País Vasco, 1994.

BUENO ABAD, J. (et al.), *Estudio longitudinal de la presencia de la mujer en los medios de comunicación de prensa escrita*. Valencia: Nau, 1996.

BUTLER, Judith, *Deshacer el género*. Barcelona: Paidós, 2001.

\_\_\_\_\_, *Cuerpos que importan*. Buenos Aires: Paidós, 2002.

CALVERA, L., *Mujeres y Feminismo en Argentina*. Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano, 1990.

CEULEMANS, M. y FAUCONNIER, G., *Mass media: the image, role and social conditions of women; a collection and analysis of research materials*. París: UNESCO, 1979.

CHAHER, S. y SANTORO, S., *Las palabras tienen sexo. Introducción a un periodismo con perspectiva de género*. Buenos Aires: Artemisa, 2007.

--- *Las palabras tienen sexo II. Herramientas para un periodismo de género*. Buenos Aires: Artemisa, 2010.

ELIZALDE, S. "De encuentros y desencuentros. Hacia un mapa indicial del vínculo género/comunicación", *Cuadernos Críticos de Comunicación y Cultura* N° 3, Buenos Aires, Cátedras de Teorías y Prácticas de la Comunicación I y II (editor Carlos Mangone), pp. 15-40, 2007.

GALLAGHER, M., *El modo de presentar a la mujer en los medios de comunicación*, París: UNESCO, 1979.

\_\_\_ *Unequal opportunities. The case of women and the media*. París: UNESCO, 1981.

\_\_\_ *Gender Setting, new agendas for media monitoring and advocacy*, New York: Zed Books, 2001.

LAUDANO, C., "Mujeres y medios de comunicación: reflexiones feministas entorno a diferentes paradigmas de investigación", en *Las palabras tienen sexo II. Herramientas para un periodismo de género*. Buenos Aires: Artemisa, 2010.

MATTELART, M., *Mujeres e industrias culturales*, Barcelona: Anagrama, 1982.

MORENO, A., *La mirada informativa*. Barcelona: Bosch, 1998.

MORENO, A.; ROVETTO, F. y BUITRAGO, A., *¿De quién hablan las noticias? Guía para humanizar la información*. Barcelona: Icaria, 2007.

ONU, *IV Conferencia Mundial sobre las Mujeres*, Beijing: Naciones Unidas, 1995.

ROVETTO, F., "Estudio de la representación del trabajo de las mujeres en las noticias de actualidad. Análisis comparado de la prensa", en *La Trama de la Comunicación*, 16, pp. 301-321, 2011.

SANCHEZ, M<sup>a</sup> J. y REIGADA, A. (coord.) "Revisitar la comunicación desde la crítica feminista. Notas introductorias", en *Crítica feminista y comunicación*, Sevilla: Comunicación Social, 2007.

SCOTT, J., "El género: una categoría útil para el análisis histórico" en Lamas, Marta (comp.) *El género. La construcción social de la diferencia*, UNAM, México, 1996.

TUCHMAN, G., *Making News*, Nueva York: The Free Press, 1978.

WACC (2010), *Proyecto de Monitoreo Global de Medios*, Toronto: Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana. Disponible en: [http://whomakesthenews.org/images/stories/restricted/global/global\\_es.pdf](http://whomakesthenews.org/images/stories/restricted/global/global_es.pdf) [recuperada: 23 de septiembre de 2012].

# Manual de Género para Periodistas

Recomendaciones básicas para el ejercicio del periodismo con enfoque de género<sup>49</sup>

Este Manual ha sido elaborado por el Área Práctica de Género del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en América Latina y El Caribe. El Área tiene como misión promover que el trabajo de la Organización en la región contribuya a alcanzar mayor igualdad de género en los países latinoamericanos y caribeños. Esta tarea se concreta a través de la asesoría política y técnica a las oficinas de país, contrapartes, socios y a las otras áreas regionales de la Organización para transversalizar el enfoque de género en sus resultados y estrategias de desarrollo, y a través de la puesta en marcha de iniciativas estratégicas regionales innovadoras que permitan dar saltos cualitativos en el logro de la igualdad de género.

El Área Práctica de Género focaliza su trabajo en cuatro áreas principales de trabajo:

- Gobernabilidad Democrática (participación política, políticas públicas de igualdad, ciudadanía, seguridad ciudadana y violencia contra las mujeres).
- Trabajo y Economía (economía del cuidado, sistemas de protección social, igualdad en el trabajo, logro de ODM).
- Desarrollo Sostenible (Gestión de Riesgos y Cambio Climático).
- Innovación, Gestión del Conocimiento y Comunicación para la Igualdad de Género (metodologías de gestión del conocimiento, portal América Latina Genera [www.americalatinalgenera.org](http://www.americalatinalgenera.org); comunicación con perspectiva de género).

Tomando en cuenta la importancia de los procesos de comunicación de las sociedades actuales, el proyecto regional América Latina Genera del PNUD empezó a desarrollar una línea de trabajo en Género y Comunicación. El objetivo es contribuir a mejorar el abordaje mediático y el posicionamiento en los medios del tema de igualdad de género. Para ello, desde entonces, se han creado diferentes herramientas y conducido diversos procesos de formación en género para periodistas. Durante ese tiempo se vio la necesidad de desarrollar un instrumento mucho más específico y mejor orientado a las necesidades de las y los periodistas y, por fin, tras un proceso de elaboración propia de nuestro equipo, y

<sup>49</sup> [http://www.americalatinalgenera.org/es/documentos/Folleto\\_ManualdeGenero.pdf](http://www.americalatinalgenera.org/es/documentos/Folleto_ManualdeGenero.pdf)

con el apoyo clave de la periodista Silvana Molina, aquí está el **MANUAL DE GÉNERO PARA PERIODISTAS**; que además ha sido ya validado en un proceso colectivo con diversas organizaciones y profesionales de la comunicación.

Este Manual ofrece orientaciones y ejemplos concretos pero sobre todo invita a las y los profesionales del periodismo al desafío de mirar con lentes diferentes la realidad que nos rodea, a cuestionar, a ser transmisores de otras noticias, a mostrar nuevas formas de comunicar que contribuyan a un mayor igualdad, a dar voz a los que suelen tener vetado el acceso a los medios; en resumen, a informar pero también a construir activamente, desde su rol de periodistas y de medios, un mundo mejor.

Este Manual se acompaña de otros productos que estamos desarrollando como Área Práctica de género. Esperamos que éstos aporten mucho para generar cambios reales en el abordaje mediático de las desigualdades de género en América Latina y El Caribe, y sea un factor imprescindible para la construcción de sociedades democráticas en nuestra región.

Equipo del Área Práctica de Género  
Centro Regional para América Latina y El Caribe  
Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

### **MIRANDO HACIA AFUERA (CAP 3)**

Los medios interpretan la realidad y, de alguna forma, la construyen. Los profesionales aportan su subjetividad en esta construcción. Los medios nos presentan en sentido metafórico una “fotografía” de la realidad; esto es, interpretaciones que pueden depender del punto de vista del emisor o de la línea editorial de medio.

Como sabemos, ni la selección de los temas a tratar, ni las fuentes, ni el análisis de la información, ni la interpretación de los datos son neutrales en lo que a género se refiere. Pero eso no es todo porque lo mismo se evidencia con la ausencia en los medios de la diversidad de etnias, cultural, de clases, ideas, edades, ubicación, diversidad sexual, etc.

Desde que se iniciaron los estudios de género, y desde que estos se preocuparon por el tratamiento de la información a través de los medios, ha pasado mucho tiempo. Hoy el tema de género está en la agenda pública, y socialmente se han producido cambios importantes aunque mucho más lentamente de lo que nos gustaría.

“Las noticias presentan a las mujeres en ámbitos relacionados con los espacios sociales tradicionalmente asignados, pues están muy presentes en temas de niñez, salud y

sociales”, y agrega que en las noticias las mujeres “están presentes en temas que socialmente son considerados propios de mujeres, lo que sustenta un imaginario social que refuerza estereotipos de género respecto a los ámbitos de interés de las mujeres (belleza, niñez y farándula)”.

*GMMP 2010 para Latinoamérica. 28*

Esta situación tiene un trasfondo mucho más complejo de lo que a primera vista pudiera parecer, puesto que responde a varios factores. Obviamente no es responsabilidad única de quienes trabajan como profesionales de la comunicación ya que, en muchos casos, periodistas con sensibilidad en el tema encuentran varias dificultades para realizar una cobertura informativa con perspectiva de género. En todo caso algunos factores pueden ser:

1. Vacíos formativos para tratar el enfoque.
2. Dificultades para contar con información desagregada por sexo que facilite la identificación de las brechas.
3. Carencia de relación e identificación de fuentes especializadas y confiables.
4. Sobre todo falta de tiempo para profundizar en el tema porque a menudo las rutinas profesionales hacen que la cantidad de información se interponga a la calidad de la misma.

Todo esto genera un velo que impide ver la realidad desde nuevos y alternativos puntos de vista. ¿Por qué? Definitivamente hay algo que no estamos viendo.

### **UN MISMO HECHO, DIFERENTES MIRADAS**

Hacer una cobertura teniendo en cuenta la perspectiva de género no es más que responder a los principios básicos para la realización de un periodismo de calidad y con responsabilidad social. Podemos dar la vuelta a un tema para aplicar el enfoque de género y que éste sea lo suficientemente atractivo para estar en agenda mediática. Lo que proponemos es repensar para crear coberturas originales, inclusivas pero también ‘vendibles’ ante las personas responsables de decidir qué se publica o emite. Además que sean competitivas, con posibilidad de que sean tomadas por colegas y tengan difusión en distintos medios aprovechando la velocidad de la red (medios digitales y redes sociales) que permite que las noticias viajen en segundos por todo el mundo y sean replicadas.

## **RUTA BÁSICA PARA GENERAR ‘OTRAS’ NOTICIAS**

Consideramos necesario aclarar en este punto que la comunicación con enfoque de género no es escribir, informar ni hablar sólo sobre mujeres, de lo que se trata es de añadir una nueva categoría al análisis de la realidad para la construcción del discurso comunicativo. Por tanto, no necesariamente hablamos de crear una sección específica para tratar información sobre las mujeres o para las mujeres, ni de construir un discurso aislado. Se trata de entender el género como categoría de análisis transversal en todo el proceso comunicativo, es decir, que toda la información, todos los temas en las diferentes secciones, sean tratados con perspectiva de género. Se trata también de posicionar temáticas propias de las “agendas de género” que afectan a toda la sociedad para que éstas dejen de ser “asuntos de mujeres” y, así, evidenciar causas y consecuencias de la desigualdad de género en la sociedad.

*“La comunicación con enfoque de género no es escribir, Informar, ni hablar sólo sobre mujeres”.*

Cuestionar y abandonar el conocimiento de las ideas recibidas requiere un importante esfuerzo. En este apartado encontrarás las herramientas necesarias para ver y presentar la misma situación pero de una manera diferente. Porque *“las cosas no son como son”*, son como las cuentas y las cuentas como las ves.

### **¿Por qué hacer un análisis de género de la realidad?**

El género es un concepto central en la construcción de las relaciones sociales desiguales. Por eso, lo que trataremos de analizar son implicaciones de cualquier situación, diferenciando el papel que cumplen en ella mujeres y hombres, y las causas, consecuencias y efectos diferenciales de esta situación sobre unas y otros.

Un análisis de género te permite diferenciar las características sociales (género) de las características biológicas (sexo). Profundizar en las relaciones entre mujeres y hombres (relaciones de género), así como en las diferencias y disparidades en el acceso y control sobre recursos, decisiones, oportunidades, retribuciones, expectativas... te permite identificar las relaciones de poder e inequidades en las que se traducen estas diferencias.

### **Ruta Básica para construir ‘otras’ noticias.**

Presentamos una pequeña ruta básica para llevar a cabo este análisis; un imaginario

proceso de construcción del producto comunicativo-informativo.

Obviamente, dependiendo del tema y la situación que vamos a documentar serán diferentes las implicaciones de género y tendrán más pertinencia unos ítems que otros. En el Anexo del Manual encontrarás un glosario que puede ayudarte a despejar dudas sobre algunos conceptos.

La propuesta es muy simple. Hemos estructurado en tres pasos la creación de un producto informativo/comunicativo, y en cada paso señalamos una serie de preguntas y aspectos a tener en cuenta y un ejemplo.

### **3.1.1 PASO1: BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN**

#### **1.- Busca, siempre que te sea posible, datos desagregados según sexo.**

Esto te permitirá analizar la información de forma diferente y visibilizar una serie de ítems relacionados con la categoría de género, teniendo en cuenta las múltiples formas en que los hombres y las mujeres se involucran en el proceso de transformación de roles, relaciones y procesos socialmente establecidos.

#### **Fuentes de interés:**

El Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y El Caribe creado por la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) ofrece periódicamente una serie de datos que ayudarán a reforzar las coberturas con datos estadísticos confiables y actuales. Puede verse en <http://www.cepal.org/oig/decisiones/>. También existe un Observatorio regional 'Mujeres en los Medios'- Incluye a Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador y Perú: <http://www.observatorioregionaldemedios.org/index-1.html>.

UNIFEM (Fondo de las Naciones Unidas para la Mujer) variedad de información: <http://www.unifem.org/>; al igual que ONU Mujer: <http://www.unwomen.org/>

El RSCLAC PNUD posee un portal en línea con información regional sobre género:

América Latina Genera:

[www.americalatinagenera.org](http://www.americalatinagenera.org)

***Siempre suma fuentes estatales, organizaciones de la sociedad civil y especialistas de tu comunidad.***

#### **2.- Ten en cuenta la condición y posición de las mujeres respecto a los hombres en la situación a analizar o describir.**

Revisa los conceptos que no te sean familiares en el glosario que aparece en los anexos.

- Prácticas y participación en: espacios públicos, reuniones, servicios, procesos políticos...



En estos procesos se expresan patrones de género y otros. A quién se admite, a quién se excluye y quién hace qué; asignación de tareas y responsabilidades específicas.

- Uso del espacio y del tiempo: el género estructura la asignación y disponibilidad del tiempo; dónde trabajan hombres y dónde mujeres, dónde socializan. Tener presente el triple rol de la mujer: productivo, reproductivo y comunitario.

- División sexual del trabajo: diferenciando entre actividades productivas, reproductivas y actividades sociales, políticas y religiosas, y las implicaciones que esta división tiene.

- Tener en cuenta actividades o roles que desempeñan hombres y mujeres. Suele percibirse a la mujeres como madres, amas de casa y proveedoras de las necesidades básicas de la familia, sobre todo cuando aparecen urgencias que tienen que ver con la sobrevivencia y con deficiencias

en las condiciones de trabajo que se traducen en: falta de alimentos, de agua potable, de vivienda, de energía eléctrica, de instalaciones sanitarias, de empleo, de ingresos. Son las llamadas necesidades prácticas. Te recomendamos que revises este concepto en el glosario que hay al final del Manual.

- Intereses estratégicos (revisa este concepto en el glosario): apuntan hacia cambios sustanciales en áreas como legislación, educación libre de sexismo, modelos de desarrollo participativos, ciudadanía plena para las mujeres y una vida sin violencia. Por lo tanto se trata de demandas

que se pueden cambiar.

Vamos introduciendo la teoría en la práctica periodística. Estamos transitando el primer paso de la Ruta: la búsqueda de información, considerando la importancia que tiene volcar datos desagregados por sexo y que muestren la condición y posición de las mujeres respecto a los hombres. Veamos cómo podemos aplicarlo en este ejercicio:

Observa cómo, a partir de datos de la CEPAL, la periodista ha construido la información para identificar la condición y posición de las mujeres respecto de los hombres, sumando fuentes gubernamentales, de empresas y, sobre todo, la voz de las mujeres. ¿Qué otras fuentes sumarías? ¿Qué otros aspectos agregarías a la cobertura?

¿Cómo te imaginas una producción sobre la temática en formato radial o televisivo utilizando web y redes sociales?



### ***Mujeres trabajadoras, la mayoría en el sector informal***

*Marta Sandoval*

**El Periódico -Guatemala/www.elperiodico.com.gt**

La nota completa puedes verla en:

[www.elperiodico.com.gt/es/20080901/pais/68290](http://www.elperiodico.com.gt/es/20080901/pais/68290). Acá sólo extraeremos unos párrafos para poder realizar el análisis propuesto en la ejercitación:

A pesar de que el Código de Trabajo prohíbe que se abran plazas vacantes específicas para un sólo sexo, es común encontrar anuncios en donde se solicita a un hombre o a una mujer. (...)

(...)Licely pertenece al 77 por ciento de las mujeres trabajadoras, las que se emplean en el sector informal. Sólo un 23 por ciento trabaja en el formal. Y aunque carecen de prestaciones, vacaciones pagadas o seguro social, trabajar por su cuenta ha sido la mejor manera de hacerle frente a la precariedad laboral.

(...)La Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL) presentó un informe en el que se da cuenta de que en Guatemala las mujeres ganan un 42 por ciento menos que los hombres, la desigualdad más grande en toda América Latina.

### **3.- ¿Cómo afectan las relaciones de género en una situación determinada?**

- Conocimiento y oportunidades: ¿Quién sabe qué?
- Creencias (construcción de identidades y comportamientos).
- Percepciones o interpretaciones de los comportamientos acuñados diferencialmente a hombres y mujeres.
- Reglas: ¿Cómo se deben hacer las cosas? Patrones de comportamiento, oficiales y extraoficiales, que facilitan o dificultan lo que se hace, cómo se hace y quién lo hace.  
¿Quién hace qué, cuándo y dónde lo hace?

La nota que proponemos analizar está protagonizada sólo por mujeres y tiene que ver con las tareas domésticas. Nos sirve para realizar un análisis de género y ver claramente cómo a los varones no se les identifica en situaciones relacionadas con lo privado, con el hogar.

¿Crees que la periodista reflexiona acerca de por qué las mujeres deciden volver a las

tareas de la casa?

Las cifras de hombres y mujeres en dedicación al hogar son radicalmente diferentes.

¿Crees que es casualidad?

¿Qué consecuencias tiene para una persona dedicarse exclusivamente al hogar en lo que se refiere a su independencia económica?

¿Sumarías como fuente a hombres que se dedican a las tareas domésticas?

¿Te parece interesante aportar opiniones sobre paternidad responsable?

¿Crees que sería pertinente hablar de la economía invisible del cuidado (puedes ir al glosario si necesitas aclaración sobre este concepto)?

¿A qué otras personas agregarías como fuente?

### **Renuncian a todo para ser amas de casa**

Por Brenda Focas

**Perfil-Argentina/www.diarioperfil.com.ar**

La nota completa puedes verla en:

[www.diarioperfil.com.ar/edimp/0208/articulo.php?art=4026&ed=0208#](http://www.diarioperfil.com.ar/edimp/0208/articulo.php?art=4026&ed=0208#)

Acá sólo extraeremos un párrafo para poder realizar el análisis propuesto en la ejercitación:

En la Ciudad, el 10,5% de las mujeres de entre 25 y 60 años con estudios terciarios o universitarios permanece profesionalmente inactivo. Esta cifra se reduce al 1,2% en los hombres. Muchas, por elección, dejan de lado sus carreras para dedicarse a la familia sin que eso les despierte un conflicto existencial. La mayoría son casadas y de clase media. Los argumentos, básicamente, tienen que ver con la educación de sus hijos. En tiempos de mujeres independientes, ellas rescatan otros valores en una sociedad que tiende a desvalorizar las tareas hogareñas. Pero para otras, la casa es una prisión. (...)

### **REFLEXIÓN**

Sobre cómo afecta económica y socialmente el acceso al conocimiento esta situación descrita; o cómo repercute también en las oportunidades de desarrollo personal. En este caso sería interesante reflexionar sobre los comportamientos que se imponen socialmente de manera diferencial a hombres y mujeres, y cómo perjudica esto a unas y a otros.

#### **4.- Detectar los factores de desigualdad que afectan a hombres y a mujeres en una situación determinada:**

- Acceso a los recursos y bienes: ¿Cuáles son los patrones de distribución de recursos humanos, materiales o intangibles? ¿Quién tiene acceso y control sobre los recursos, toma de decisiones y beneficios?
- Capacidad de usar los recursos según ingresos, empleo, información, beneficios, bienes, terrenos, crédito, etcétera.
- Ejercicio del poder: sobre el cuerpo, la familia, el uso de recursos, el uso de los ingresos. Patrones de autoridad y control. Posiciones privilegiadas: ¿Quién decide? ¿Según qué intereses? ¿Qué factores del contexto influyen o condicionan las decisiones?
- Factores como la división sexual del trabajo, las tradiciones culturales, la violencia de género, etc. que crean oportunidades y limitaciones diferentes para mujeres y hombres en su desarrollo

#### **Ejercicio:**

Los datos cuantitativos y cualitativos diferenciados por sexo, condición y posición de mujeres y hombres ante una situación determinada, así como la incidencia de las relaciones de género en escenarios comunes son los pasos que venimos analizando en esta ruta. Sumamos ahora, para esta ejercitación, los factores de desigualdad que afectan a mujeres y hombres ante un mismo suceso. En la nota se muestra cómo una misma situación –la informatización del sector rural- afecta de distinta manera a ellos que a ellas.

¿Qué datos nuevos crees que aporta esta cobertura? ¿Qué otras coberturas se te ocurren a partir de los datos que ofrece esta publicación?

¿Crees que esta nota incorpora los ejes que estamos desarrollando en el Manual?

¿Sumarías otras voces? ¿Cuáles?

La nota suma infografías, un recurso interesante para graficar la situación que muestra.

¿Qué otro recurso utilizarías para un formato digital?

#### **Las mujeres descubriendo nuevas formas de sobrevivencia**

La informatización del sector rural

**El Observador Económico- Nicaragua**

**[www.elobservadoreconomico.com](http://www.elobservadoreconomico.com)**

La nota completa puedes verla en:

[www.elobservadoreconomico.com/archivoanterior/137/brechass.htm](http://www.elobservadoreconomico.com/archivoanterior/137/brechass.htm)

Acá sólo extraeremos unos párrafos para poder realizar el análisis propuesto en la ejercitación:

(...) En este contexto de múltiples adversidades, las familias rurales han sufrido severos cambios en sus vidas, cambios en los cuales las mujeres han jugado un papel determinante en la creación de estrategias de sobrevivencia tanto a nivel de sus familias como de las unidades de producción campesina. (...)

(...) las mujeres rurales han intensificado y diversificado su trabajo en la parcela y el traspatio para producir alimentos o vender productos, han incrementado su incorporación al mercado de trabajo informal y se han empleado fuera de la comunidad en el servicio doméstico o migran fuera del país a fin de enviar dinero sus familiares.

Políticas de pequeños bancos de tierra dirigidos a beneficiar a mujeres, con el objetivo de darles una respuesta a la creación de empleos, han sido implementadas tanto por el gobierno como por organizaciones de productores. Aun así el acceso de hombres y mujeres está muy lejos de ser igualitario.

(...) La situación de los hombres es diferente a la que enfrentan las mujeres. (...) existen más hombres que están teniendo acceso a crédito y son los que se llevan la mayor parte de la masa de dinero.

(...) los hombres han llegado a desplazar a las mujeres de las fuentes de financiamiento que las habían priorizado y que les habían permitido tener acceso a recursos con garantías no tradicionales. (...) hombres y mujeres rurales han disminuido su participación en labores agropecuarias y han incursionado en actividades informales, como son los servicios y el comercio, así como en actividades de pequeña industria artesanal.

Estos cambios en la ocupación se han profundizado más en las mujeres que en los hombres. (...)

## REFLEXIÓN

Averigua quiénes y cómo tienen acceso a los recursos y bienes ; cuál es la capacidad con la que cuentan para hacer uso de ellos, pues este punto es muy interesante para conocer cómo se manifiesta el ejercicio del poder

## **5- Reconocer las estructuras que mantienen y reproducen estas desigualdades en una situación determinada.**

Pensemos en cómo ir modificando esta situación, prestando atención a:

- Marcos normativos (legal y de costumbres; culturales).
- Derechos de propiedad, herencias, etc.
- Acceso a la justicia, representaciones políticas.

En este punto es interesante incluir en las fuentes de consulta a representantes de los distintos poderes del Estado que tengan sensibilidad en cuestiones de género, quienes pueden facilitar datos concretos relacionados con normativas existentes, en debate o ausentes, relacionadas con igualdad.

### **PASO 2: CONSTRUCCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

Ya dimos el primer paso: Buscamos la información considerando la necesidad de obtener datos cuantitativos y cualitativos específicos por sexo, analizando la condición y posición de mujeres y hombres ante una situación determinada. Así también detectamos la incidencia de las relaciones de género en escenarios comunes, y reconocemos las estructuras que mantienen y reproducen estas desigualdades en una situación determinada.

Ahora revisa la información que conseguiste y, a la hora de construir el producto, ten en cuenta:

Los puntos de vista: ¿Hay información con todos los puntos de vista al tema? ¿De qué manera están presentes mujeres y hombres? ¿Se incluyen las voces de grupos minoritarios? ¿Es pertinente consultar como fuente a las organizaciones de mujeres?

Igualdad de género: ¿Crees que es una oportunidad para transversalizar el género en el tema elegido? ¿Contribuirás a crear conciencia sobre la igualdad de oportunidades?

Diversidad: ¿Se presentan los distintos hombres y mujeres en el producto comunicativo? ¿Reproduce roles? ¿Respeto el equilibrio entre sexos en la elección de especialistas o testigos?

Medios online: Utiliza hipervínculos para profundizar sobre la temática, y así aprovechar mejor el poco espacio que esta plataforma brinda para explayarse en el texto. Súmate a las redes sociales.

TV y radio: Pon atención a los recursos de imagen y sonido (Imágenes, subtítulos, efectos de sonido, musicalización, etc.).

## **LENGUAJE SEXISTA**

En primer lugar aclaremos que el lenguaje, en sí mismo, no es sexista. Es sexista el uso que hacemos de él. Podemos decir que se incurre en uso sexista del lenguaje cuando se emite un mensaje que, por forma y contenido (palabras escogidas, estructura), resulta discriminatorio por razón de sexo.

El lenguaje puede cambiar porque está en construcción permanente, porque la sociedad cambia y necesita de nuevas palabras para reconocerse y expresarse.

Nuestra propuesta es usar un lenguaje incluyente en los medios de comunicación social como herramienta de cambio. El lenguaje refleja la sociedad y, como es lógico, puede ser tan racista, sexista, clasista y heterocentrista como la sociedad que lo habla, aún cuando nuestra lengua posee la riqueza y los recursos suficientes para utilizarlo sin necesidad de excluir, *invisibilizar* o marginar. La diferencia forma parte de la realidad, por tanto es necesario verla, nombrarla y describirla sin prejuicios. Un lenguaje incluyente contempla las especificidades, de forma que no utiliza la misma norma para todos los casos y elimina el uso de estereotipos que discriminen.

Por lo tanto, utilizar un lenguaje incluyente es adaptarlo a las realidades político-sociales de un mundo en transformación y, a su vez, contribuir a las transformaciones sociales que aspiran a un mundo más justo e igualitario. No podemos ni debemos postergar el debate, puesto que el lenguaje sólo será incluyente si existe la voluntad de hacerlo cambiar.

### **4.2**

## **PROPUESTAS PARA UN USO NO SEXISTA DEL LENGUAJE EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Es un proceso de aprendizaje constante para el periodismo el utilizar un lenguaje inclusivo. Una de las riquezas de la profesión son las palabras, el uso que se hace de ellas. Si cada vez que se emite una noticia se piensa en la necesidad de incluir la diversidad que define las sociedades latinoamericanas, será un camino sin retorno. Un nuevo desafío para construir y emitir informaciones logradas gramática y semánticamente.

### **4.2.4 ALTERNATIVAS A LAS DOBLES FORMAS**

Es una realidad que las dobles formas son difíciles de utilizar en periodismo, pero no imposible. Se trata de no abusar de ese recurso y aprovechar que nuestra lengua nos ofrece otras opciones:

•**Des-articulización:** (o eliminación del artículo en sustantivos neutros). En lugar de ‘Fui con unos colegas profesionales’ digo ‘Fui con colegas profesionales’.

•**Aludir al cargo, profesión o título en lugar de la persona**

que lo desempeña. Por ejemplo *gerencia* en lugar de gerentes, o *jefatura* en lugar de jefes.

•**Uso de nombres abstractos y genéricos.** Sustantivos colectivos y/o perífrasis. Algunas ideas: en marrón las palabras que se suelen utilizar y en verde las opciones que nos permiten incluir con el lenguaje.

Muchos invitados // Muchas personas invitadas

Los americanos // La población americana

Políticos // Clase política

Todos sabemos // Todo el mundo sabe

Como muchos piensan // Como mucha gente sabe

La humanidad, las personas, el ser humano

•**Uso de genéricos.** Existen en nuestras lenguas términos tanto masculinos como femeninos que se refieren a ambos sexos. Se prioriza su uso a las dobles formas. Algunas ideas: en marrón las palabras que se suelen utilizar y en verde las opciones que nos permiten incluir con el lenguaje.

Trabajadores // Personal / plantilla / personas

Amigos // Amistades

Consumidores // Consumo

Ciudadanos // Ciudadanía

Director // Dirección

•**Pronombreización.** (o uso del “quien” o el “cual”). Por ejemplo:

Los lectores de este libro, en su lugar podemos decir Quien lee este libro.

•**Usar estructuras con SE:** Se dará un aumento salarial, en lugar de “Los trabajadores recibirán un aumento”.

Las pasivas son un recurso muy cuestionado en el gremio periodístico

por lo que se recomienda usarla sólo en caso de que no haya otra posibilidad, como ocurre con las dobles formas.

#### 4.2.5 NO ESTEREOTIPAR

Pon atención en las adjetivaciones y las descripciones que reproducen estereotipos en cuanto a roles de género (lo estético relacionado con lo femenino y lo intelectual con lo masculino). En el contenido de los mensajes es común la innecesaria mención de las cualidades físicas o de la forma de vestir de mujeres: *“La Ministra apareció en rueda de prensa elegantemente vestida”*; *“la investigadora, de gran belleza, leyó un informe magnífico”*.

#### 4.2.6 RECOMENDACIONES DE TRATO

- No utilizar denominaciones asimétricas (son discriminatorias): *señor/señorita* (expresión de Estado Civil).
- No presentar a la mujer subordinada al varón.
- Utilizar nombre y apellido para nombrar a las mujeres.
- Utilizar el femenino de los títulos profesionales: *médica, jueza, abogada...* no hay ninguna razón ni norma gramatical que lo impida. A menudo se mencionan cargos y profesiones en masculino

cuando ya están admitidos por la Real Academia Española (RAE) y generalizado su uso femenino. No pasa sólo con el sustantivo “presidente” sino también con juez, arquitecto, abogado y edil, entre otros. Existen términos que la RAE acepta con relatividad, por ejemplo, al referirse a ‘lideresa’ en el Diccionario Panhispánico de Dudas aclara: *“...En algunos países de América se usa a veces el femenino lideresa: «La campaña dio oportunidad a los mexicanos de conocer a una lideresa indiscutible» (Proceso [Méx.] 21.7.96)”*.

En estos enlaces puedes consultar más ejemplos: [www.rae.es/rae.html](http://www.rae.es/rae.html) y en el portal de la Fundación Español Urgente: [www.fundeu.es](http://www.fundeu.es).

Hay palabras que la RAE aún no acepta como *‘miembra’* o *‘generalá’*; pero esos términos a veces se utilizan entrecomillados como una manera de incidencia en pro de la inclusión. Es importante que quede claro que no son términos aceptados y por eso, en caso de usarse deben señalarse como neologismos aún no aceptados.

También puedes ver algunas recomendaciones en el Diccionario María Moliner,



reconocidos como válidos:

- Válidos: juez/jueza; presidente/presidenta; concejal/concejala; jefe/jefa; dragón/dragona; líder/lideresa.
- Válidos: miembro, conserje, joven, sujeto.
- No válidos: *'miembra', 'conserja', 'jóvenas', 'sujeta'*.
- Evitar la feminización de algunas profesiones (tradicionalmente femeninas) y visibilizar a las mujeres en todo tipo de profesiones: El personal de secretaría o secretariado por *Las secretarias*. // El personal de enfermería por *Las enfermeras*.
- Pon atención a la verbalización: Es habitual encontrar en los medios términos como: “son nombradas”, “son elegidas”, “tienen pensado hacer” cuando se habla de políticas. Es difícil identificar verbos como “afirma”, “asegura”, “facilita” cuando se habla de ellas. En cambio son comunes frases como: “ocupan el cargo”, “toman posesión”, “desembarcan en su despacho”, “están decididos a hacer” para referirse a los políticos.

#### **4.2.8 NOMBRAR LAS DIFERENTES REALIDADES**

\*En el caso del tratamiento de personas con discapacidad (denominación establecida por la Convención de Derechos de las Personas con Discapacidad de Naciones Unidas) el problema anterior eran los términos que se usaban, hablando de personas capaces e incapaces, subnormales, personas retrasadas. Hoy no es correcto hablar en estos términos pero el uso sigue siendo paternalista, estereotipado y marginal. No se les da voz en los medios masivos, salvo en contadas ocasiones y normalmente son presentadas como personas víctimas o beneficiarias de programas sociales.

\*En cuestiones de diversidad étnica, racial y cultural, los medios transmiten, a través del lenguaje y también del enfoque *etnocéntrico*, las jerarquías socio raciales implícitas en las relaciones de las sociedades multiculturales. Se expresa a menudo a través de estereotipos y con expresiones excluyentes, por ejemplo: nosotros/ellos; o la criminalización asociada a determinados grupos étnico-raciales.

#### **Recursos en la web para un lenguaje no sexista.**

Analizadores de portales web y de texto, programas que ofrecen opciones de palabras inclusivas y utilización de software para detectar el lenguaje sexista, son algunas de las herramientas que ofrecen ‘T-incluye’, ‘La Lupa Violeta’ y ‘Themis’; emprendimientos españoles nacidos al impulso de la Ley por la Igualdad Efectiva de Mujeres y Varones.

Se puede ingresar a [www.tincluye.org](http://www.tincluye.org) , incluir el URL de la web u optar por el analizador

de textos. El sistema detecta expresiones sexistas y ofrece alternativas inclusivas. Su utilización es libre y gratuita.

Otra opción es **La Lupa Violeta**: Identifica los términos que pueden tener una connotación sexista y propone diferentes sugerencias para una mejor adecuación del lenguaje:  
<http://www.factoriaempresas.org/productosyresultados/lupavioleta/lanzador.swf>

Y en este enlace puedes encontrar un recopilatorio de recursos web sobre lenguaje inclusivo:

[http://www.tincluye.org/recursos/documentos/documentos/Recopilatorio\\_de\\_recursos\\_web\\_sobre\\_lenguaje\\_no\\_sexista.pdf](http://www.tincluye.org/recursos/documentos/documentos/Recopilatorio_de_recursos_web_sobre_lenguaje_no_sexista.pdf)

## 8.2

### ANEXO 2. GLOSARIO BÁSICO DE GÉNERO.

Elaboración propia a partir de las diferentes Fuentes:

- Glosario Básico de Género de América Latina Genera.
- Glosario de términos sobre Género y Derechos Humanos, de Artemisa Comunicación.
- “100 palabras para la Igualdad. Glosario de términos relativos a la igualdad entre hombres y mujeres”; Comisión Europea, Dirección General de Empleo, Relaciones Laborales y Asuntos Sociales, 1998.
- Glosario de Género y Salud. USAID / Glosario FIRE.
- Glosario de Género y salud. USAID / Glosario de términos sobre género. Centro Nacional para el Desarrollo de la Mujer y la Familia.
- IIDH, Diccionario Electoral, Tomo I.166

# A

## ANÁLISIS DE GÉNERO

Estudio de las diferencias de condiciones, necesidades, índices de participación, acceso a los recursos y desarrollo, control de activos, poder de toma de decisiones, etc.; entre hombres y mujeres debido a los roles que tradicionalmente se les ha asignado.

Proceso teórico-práctico que permite analizar de forma diferenciada los roles, los espacios y los atributos que la construcción social adjudica tanto a las mujeres como a los hombres; pero además visualizándolos dentro de un sistema de relaciones de poder. Por lo tanto implica estudiar formas de organización basados en relaciones dadas entre hombres y mujeres, identificando el trabajo productivo y reproductivo, el acceso y el

control de beneficios, limitaciones y oportunidades, así como la capacidad organizativa de hombres y mujeres para promover la igualdad. En términos operativos el análisis de género es el primer paso para la elaboración de cualquier política y la planificación de planes o programas tendiente a transformar la naturaleza del desarrollo basados en la desigualdad.

## **B**

### **BARRERAS INVISIBLES**

Actitudes resultantes de las expectativas, normas y valores tradicionales que impiden la capacitación (de la mujer) para los procesos de toma de decisiones y para su plena participación en la sociedad.

### **BRECHAS DE GÉNERO**

Son denominadas como diferencias y se definen como las condiciones desiguales que hay entre hombres y mujeres en el acceso a los recursos y servicios de desarrollo, como salud, educación, tierra, crédito, vivienda, asistencia técnica, información, etc.

## **C**

### **CONCILIACIÓN DEL TRABAJO Y LA VIDA FAMILIAR**

Introducción de sistemas de permiso por razones familiares y de permiso parental, de atención a la infancia y a personas de edad avanzada, y creación de una estructura y organización del entorno laboral que facilite a hombres y a mujeres la combinación del trabajo y de las responsabilidades familiares y hogareñas.

### **CONDICIÓN (DE LAS MUJERES)**

Son los factores y mecanismos sociales, económicos y culturales que mantienen a la mujer en una situación desventajosa y subordinada en relación al hombre. La forma en que se expresa esta subordinación varía según el contexto histórico y cultural. La condición de la mujer como herramienta conceptual y operativa para el análisis supone tomar en cuenta su estado material, que se expresa en el nivel de satisfacción de sus “necesidades prácticas”, como son el acceso a servicios agua, electricidad, vivienda, atención sanitaria, empleo e ingresos, etc.

### **CUOTA**

Proporción dada, o parte de puestos, escaños o recursos que deben ser atribuidos a un colectivo específico, generalmente siguiendo ciertas normas o criterios, con la que se pretende corregir un desequilibrio anterior; habitualmente en posiciones de toma de

decisiones o en cuanto al acceso a oportunidades de formación o a puestos de trabajo.

### **CUOTAS DE PARTICIPACIÓN POLÍTICA**

El sistema de cuotas de participación política es un mecanismo de la democracia que, en principio, alude al derecho que tienen hombres y mujeres de participar en igualdad de condiciones en la vida pública. La cuota de participación supone entonces un Derecho Político de mujeres y hombres, en condiciones de igualdad como lo establecen las constituciones políticas. La igualdad formal “de todas las personas ante la ley”, en la práctica no ha sido real ni efectiva. La Cuota Mínima de Participación de las Mujeres busca crear mejores “condiciones de igualdad y equidad entre mujeres y hombres” en el ámbito político. Este mecanismo se ha concebido como una “medida temporal y transitoria” para dar paso a la igualdad por resultado que, luego de lograrse, será desechado. A sí mismo, el establecer cuotas por sexo pretende ampliar el concepto de representación, permitiendo que la mitad de la población (las mujeres) sea proporcionalmente representada, logrando un mejor balance entre mujeres y hombres, y un mayor perfeccionamiento de la democracia política.

## **D**

### **DATOS DESAGREGADOS POR SEXO**

Recogida y desglose de datos y de información estadística por sexo que hace posible un análisis comparativo, teniendo en cuenta las especificidades del “género”. Se entiende como la “descomposición” de los datos y la información estadística desglosándolos por sexo y grupo etario. Revela la condición de las mujeres como puede ser la falta de oportunidades en la toma de decisiones y en aspectos laborales.

## **DERECHOS DE LAS MUJERES**

Conjunto de “intereses y necesidades” de la población femenina develados por el debate promovido desde la perspectiva de género y que, en el contexto de los Derechos Humanos, constituyen una ampliación de estos derechos de forma específica para la población femenina. Esto le da un carácter inclusivo al tema de los Derechos Humanos Universales, lo que debe entenderse como un avance sustantivo en dicha materia. 14

## **DERECHOS REPRODUCTIVOS**

Se basan en el reconocimiento del derecho básico de todas las personas a decidir libre y responsablemente el número de hijos, el espaciamiento de los nacimientos y el momento de tenerlos, así como a disponer de la información y de los medios necesarios para ello, y el derecho a alcanzar el nivel más elevado de salud sexual y reproductiva. También incluye el derecho de todas las personas a adoptar decisiones en relación con la reproducción sin sufrir discriminación, coacciones ni violencia.

## **DERECHOS SEXUALES**

Los Derechos Sexuales se fundamentan sobre los derechos humanos reconocidos por las legislaciones nacionales e internacionales, los documentos de Derechos Humanos y otros documentos de consenso. Incluyen el derecho de todas las personas a acceder, libres de coerción, discriminación o violencia, a los estándares más altos de servicios de salud disponibles con relación a la sexualidad, la educación sexual, el respeto a la integridad física, la elección de la pareja, la decisión de estar sexualmente activa, las relaciones sexuales de consenso, el matrimonio por consenso, decidir si se tendrán hijos y el momento de tenerlos, y el disfrute de una vida sexual satisfactoria, segura y placentera.

## **DIFERENCIAL RETRIBUTIVO ENTRE MUJERES Y HOMBRES**

Diferencia salarial que existe entre hombres y mujeres como resultado de la segregación en el trabajo o de la discriminación directa.

## **DIMENSIÓN DE GÉNERO**

En cualquier situación, aspecto relativo a las diferencias en las vidas del hombre y de la mujer debidas a los roles que tradicionalmente se les ha asignado.

## **DISCRIMINACIÓN INDIRECTA EN FUNCIÓN DEL SEXO**

Refiere a una situación en la que una ley, un reglamento, una política o una práctica, aparentemente neutrales, tienen un impacto desproporcionadamente adverso sobre los miembros de uno u otro sexo, a menos que la diferencia de trato se pueda justificar por otros factores objetivos.

## **DISCRIMINACIÓN POSITIVA**

El establecimiento de normas que buscan, intencionadamente, favorecer a un determinado sector que hasta el momento se consideraba minoritario, realizando una acción afirmativa de derechos de las minorías. Esta legislación de protección es un mecanismo que intenta revertir una discriminación existente en algún lugar o país, imponiendo limitaciones y reservando espacios de acción para personas o sectores que se han mantenido hasta entonces excluidos.

La acción afirmativa responde a una necesidad concreta, en determinado tiempo y lugar que es moralmente obligatoria y a la vez legal, y sirve como mecanismo para neutralizar los desequilibrios derivados del género, la etnia o las exclusiones socioeconómicas, entre otras causas de discriminación.

## **DIVISIÓN SEXUAL DEL TRABAJO**

División del trabajo socialmente establecida con base en las diferencias sexuales. De este modo, se incluiría la noción acuñada de “división genérica del trabajo”, la cual “alude a la atribución diferencial que se hace convencionalmente de capacidades y destrezas de mujeres y hombres, y consecuentemente a la distribución de distintas tareas y responsabilidades en la vida social...”.

# **E**

## **ECONOMÍA SUMERGIDA / TRABAJO SUMERGIDO**

Actividades económicas no remuneradas realizadas para beneficio directo del hogar propio, de parientes o de amigos, con carácter de reciprocidad, incluido el trabajo doméstico diario y una gran variedad de actividades de auto-aprovisionamiento. Actividad profesional, única o secundaria, remunerada y no ocasional, pero no (o raramente) sometida a obligaciones estatutarias, reglamentarias o contractuales, con exclusión de las actividades sumergidas propias de la economía delictiva.

## **ENCUESTA SOBRE EL USO DEL TIEMPO**

Medición del uso que las personas hacen del tiempo, especialmente en relación con el trabajo remunerado y no remunerado, las actividades mercantiles y no mercantiles, el tiempo dedicado al ocio y a sí mismas.

## **EQUIDAD**

Pretende el acceso de las personas a la igualdad de oportunidades y al desarrollo de la capacidad básica; esto significa que se deben eliminar las barreras que obstaculizan las

oportunidades económicas y políticas, así como el acceso a la educación y los servicios básicos.

### **EQUIDAD DE GÉNERO**

Se refiere a la justicia en el tratamiento de hombres y mujeres, según sus necesidades respectivas. A partir de este concepto se pueden incluir tratamientos iguales o diferentes aunque considerados equivalentes en términos de derechos, beneficios, obligaciones y oportunidades. En el contexto del trabajo de desarrollo, una meta de equidad de género suele incluir medidas diseñadas para compensar las desventajas históricas y sociales de las mujeres.

### **ESTEREOTIPO**

Estereo (molde en latín) – Plancha de acero o plomo que imprime caracteres repetidamente sin ninguna modificación. Los estereotipos son imágenes o ideas simplificadas y deformadas de la realidad, aceptadas comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable, que se vuelven verdades indiscutibles a fuerza de repetirse. 15

## **F**

### **FEMINIZACIÓN DE LA POBREZA**

Tendencia al aumento de la incidencia y prevalencia de la pobreza entre las mujeres.

### **FEMICIDIO**

Se entenderá por femicidio el asesinato de mujeres por razones asociadas con su género. El femicidio es la forma más extrema de la violencia basada en la desigualdad de género, entendida ésta como la violencia ejercida por los hombres contra las mujeres en su deseo de obtener poder, dominación o control. Incluye los asesinatos producidos por la violencia intrafamiliar y la violencia sexual. El femicidio puede tomar dos formas: femicidio íntimo o femicidio no íntimo.

#### **FEMICIDIO ÍNTIMO:**

Son aquellos asesinatos cometidos por hombres con quien la víctima tenía o tuvo una relación íntima, familiar, de convivencia o afín a éstas.

#### **FEMICIDIO NO ÍNTIMO:**

Son aquellos asesinatos cometidos por hombres con quienes la víctima no tenía relaciones íntimas, familiares, de convivencia, o afines a éstas. Frecuentemente, el femicidio no íntimo involucra el ataque sexual de la víctima. Además, existe una tercera



categoría para clasificar las muertes por femicidio: los femicidios por conexión. Con esta categoría se hace referencia a las mujeres que fueron asesinadas “en la línea de fuego” de un hombre tratando de matar a una mujer. Este es el caso de mujeres parientes, niñas u otras mujeres que trataron de intervenir o que simplemente fueron atrapadas en la acción del femicida. <sup>16</sup>

**FEMINICIDIO:** En castellano femicidio es una voz homóloga a homicidio y sólo significa asesinato de mujeres. Por eso, para diferenciarlo, se eligió la voz feminicidio y denominar así al conjunto de hechos de lesa humanidad que contienen los crímenes y las desapariciones de mujeres. <sup>17</sup>

## G

### GÉNERO

Gama de roles, relaciones, características de la personalidad, actitudes, comportamientos, valores, poder relativo e influencia, socialmente construidos, que la sociedad asigna a ambos sexos de manera diferenciada. Mientras el sexo biológico está determinado por características genéticas y anatómicas, el género es una identidad adquirida y aprendida que varía ampliamente intra e interculturalmente. El género es relacional, es decir, no se refiere exclusivamente a las mujeres o a los hombres, sino a las relaciones que se construyen entre ambos.

## I

### IGUALDAD DE GÉNERO

La igualdad de género parte del postulado que todos los seres humanos, tanto hombres como mujeres, tienen la libertad para desarrollar sus habilidades personales y para hacer elecciones sin estar limitados por estereotipos, roles de género rígidos o prejuicios. La igualdad de género implica que se han considerado los comportamientos, aspiraciones y necesidades específicas de las mujeres y de los hombres y que éstas han sido valoradas y favorecidas de la misma manera. No significa que hombres y mujeres tengan que convertirse en lo mismo, sino que sus derechos, responsabilidades y oportunidades no dependerán del hecho de haber nacido hombre o mujer.

### IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Es la situación en la que las mujeres y los hombres tienen iguales oportunidades para realizarse intelectual, física y emocionalmente; pudiendo alcanzar las metas que establecen para su vida y desarrollando sus capacidades potenciales sin distinción de

género, clase, sexo, edad, religión y etnia.

### **IGUALDAD DE TRATO EN EL TRABAJO**

Presupone el derecho a las mismas condiciones sociales de seguridad, remuneraciones y condiciones de trabajo, tanto para mujeres como para hombres.

### **INTERESES ESTRATÉGICOS DE GÉNERO**

Las demandas de género se asocian con el aumento de control sobre los beneficios, los recursos y oportunidades por parte de las mujeres para que mejoren su posición. Se trata de necesidades que apuntan hacia cambios sustanciales en áreas estratégicas como son: las leyes, la educación libre de sexismo, modelos de desarrollo participativos, ciudadanía plena para las mujeres y una vida sin violencia. Por lo tanto, se trata de demandas que se pueden cambiar.

### **INVISIBILIZACIÓN DEL TRABAJO DE LA MUJER**

Desvalorización que hace la sociedad de las actividades realizadas por las mujeres, considerándolas como naturales. Un ejemplo claro: el concepto que la sociedad tiene de todo el trabajo doméstico y de cuidado de las personas que realizan mayoritariamente las mujeres.

## **N**

### **NECESIDADES PRÁCTICAS DE GÉNERO**

Son las que derivan de las actividades o roles que desempeñan hombres y mujeres, y que se orientan a facilitar el cumplimiento de ese rol. Por eso suele percibirse a las mujeres como madres, amas de casa y proveedoras de las necesidades básicas de la familia; donde surgen necesidades que se perciben de forma inmediata y que tienen que ver con la sobrevivencia y deficiencias en las condiciones de trabajo que se traducen en necesidades como: falta de alimentos, de agua potable, de vivienda, de energía eléctrica, de instalaciones sanitarias, de empleo, de ingresos.

## **P**

### **PARTICIPACIÓN EQUILIBRADA DE MUJERES Y HOMBRES**

Reparto de las posiciones de poder y de toma de decisiones (entre el 40% y el 60% por sexo) entre mujeres y hombres en todas las esferas de la vida, que constituye una condición importante para la igualdad entre hombres y mujeres.

### **PERMISO PARENTAL**

Derecho individual -y, en principio, no transferible- de todos los trabajadores, hombres y

mujeres, a ausentarse del trabajo por motivo de nacimiento o adopción de un hijo o una hija.

### **PERSPECTIVA DE GÉNERO**

Implica enfocar primero el análisis de las relaciones de poder entre los géneros y luego tomar acciones para el desarrollo basadas en este enfoque. La perspectiva de género es una forma de ver y entender el mundo tomando en cuenta las desigualdades de poder existentes entre los géneros.

### **POSICIÓN**

Hace referencia al nivel social y económico que tienen las mujeres en relación con los hombres (diferencias salariales, oportunidades de empleos, representación en los órganos de decisión, vulnerabilidad a la violencia, etc.). Cualquier cambio en la posición de las mujeres con respecto a la de los hombres, cuestiona las estructuras de poder existentes.

## **R**

### **ROLES ESTABLECIDOS EN FUNCIÓN DEL SEXO**

Pautas de acción y comportamiento asignadas a hombres y a mujeres, respectivamente, e inculcadas y perpetuadas según lo descrito en “contrato basado en las diferencias de género”.

## **T**

### **TECHO DE CRISTAL**

Barrera invisible resultante de un complejo entramado de estructuras en organizaciones dominadas por hombres que impide que las mujeres accedan a puestos importantes y de toma de decisiones.

### **TRABAJO PRODUCTIVO**

Incluye la producción de bienes y servicios para el consumo o venta. Este tipo de trabajo usualmente se refiere al trabajo que genera ingresos y es el que se ha contabilizado en los censos y estadísticas nacionales.

### **TRABAJO REPRODUCTIVO**

Incluye el cuidado y mantenimiento de la unidad doméstica y de sus miembros, así como la gestación y el cuidado de la infancia, la preparación de alimentos, la recolección de agua, las compras de provisiones, los quehaceres domésticos y la atención de la salud familiar. Este tipo de trabajo no es considerado como tal en la sociedad y no se le ha dado

valor de cambio.

### **TRABAJO COMUNITARIO**

Incluye la organización colectiva de eventos sociales y de servicios. Este tipo de trabajo no está considerado en los análisis económicos aún cuando se invierten muchas horas de trabajo voluntario.

### **TRABAJO NO REMUNERADO**

Trabajo que no conlleva remuneración directa u otra forma de pago.

## **V**

### **VIOLENCIA DOMÉSTICA E INTRAFAMILIAR**

Toda forma de violencia física, sexual o psicológica que pone en peligro la seguridad o el bienestar de un miembro, masculino o femenino, de la familia; recurriendo a la fuerza física o al chantaje emocional, incluida la violencia sexual, en la familia o el hogar. En este concepto se incluyen el maltrato infantil, el incesto, el maltrato de mujeres y los abusos sexuales, o de otro tipo, contra cualquier persona que conviva bajo el mismo techo.

### **VIOLENCIA DE GÉNERO.**

La violencia de género son todas aquellas situaciones de violencia que afectan a las personas por razón de género. Este tipo de violencia se basa en las relaciones desiguales de poder entre hombres y mujeres, que colocan en situación de desventaja a las segundas lo cual determina que una significativa mayoría de las víctimas sean mujeres. Esto explica que muchas personas utilicen el término violencia de género como un sinónimo de violencia contra las mujeres. También encontramos violencia de género ejercida contra hombres, como la que afecta a hombres homosexuales o el abuso infantil hacia hombres menores, por ejemplo.

### **VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER**

Se entiende como cualquier acción o conducta contra personas del sexo femenino que tenga, o pueda tener, como resultado el daño o el sufrimiento físico, sexual, psicológico o muerte de la mujer, así como también las amenazas, la coacción o la privación de libertad, ya sea en la vida pública o privada. Se reconoce que es una ofensa a la dignidad humana y una manifestación de la relaciones de poder históricamente desigual entre hombres y mujeres.

De acuerdo con el Comité para la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer, (CEDAW), la discriminación y la violencia contra las mujeres son dos

caras de la misma moneda cuando, en su Recomendación General 19, establece que la violencia contra las mujeres es una forma de discriminación que impide el goce de derechos y libertades en condiciones de igualdad con el hombre. Esto requiere que los Estados partes asuman sus deberes, dentro de los cuales destaca el fomento de la educación social en la igualdad entre hombres y mujeres. De la misma forma se requiere que los Estados partes presenten informes periódicos acerca de los avances de las medidas adoptadas para erradicar y sancionar la violencia contra las mujeres, para que posteriormente sean evaluados por la Comisión Interamericana de Mujeres.

# Índice

Ellas Nosotras Todas. MuMaLá .....	1
Introducción .....	2
¿La regulación de la violencia mediática atenta contra la libertad de expresión? <i>Por Sandra Chaher</i> .....	5
Estas letras, este cuerpo. <i>Por Luciana Peker</i> .....	22
Poner el cuerpo. <i>Por Luciana Peker</i> .....	25
Ser periodista con perspectiva de género. <i>Por Sonia Tessa</i> .....	27
Mujeres y medios de comunicación: cambios y resistencias actuales. <i>Por Florencia Rovetto</i> .....	32
Manual de Género para Periodistas .....	50