

Conversatorio Virtual

MUJERES, LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Consejo de
Comunicación

Libertad de expresión y derechos



Consejo de
Comunicación

Libertad de expresión y derechos

Diego Zambrano Álvarez

Coordinador General de Promoción de Derechos

María Fernanda Cedeño Égüez

Directora Técnica de Promoción del Conocimiento

Equipo técnico, Dirección Técnica de Promoción del Conocimiento:

- Sofía Jurado
- Michelle Moretti
- Anastasia Valyanyuk

Dirección de Comunicación

Octubre 2020

Índice

Prólogo.....	5
Introducción.....	7
Objetivos.....	7
Panelistas.....	8
Palmira Chavero.....	8
Verónica Larrea.....	8
Nelly Jácome Villalva.....	9
Extracto de ponencias.....	10
Evolución e implicaciones políticas de la representación de lo femenino en los medios de comunicación ecuatorianos.....	11
Las mujeres en los medios y la lucha por la equidad.....	14
La mujer en los medios: de la invisibilización a la proclama.....	16
Preguntas y respuestas.....	20
Conclusiones generales.....	22

Prólogo

En un mundo híper conectado, la lucha por imponer un discurso hegemónico, hasta oficializarlo, se convierte en una prioridad para quien pretende ejercer los poderes político, económico y social. La esfera inmaterial de la vida humana, a partir de la cual configuramos nuestros constructos psicológicos que determinan nuestras decisiones habituales, genera redes de control sobre el pensamiento y el obrar de las personas cada vez más influenciables, en una sociedad moldeada por los intereses económicos y los centros financieros que los dominan en su propio beneficio pero que además necesitan del consenso legitimador de la comunidad.

La comunicación como instrumento para organizar la sociedad y mantener el orden establecido encuentra en los medios de difusión masiva, sus aliados más efectivos en virtud de su alcance; no obstante, son estos mismos medios los que, por medio del discurso promueven valores y visiones prefabricadas de la realidad y de las personas, entrando en una lógica de inclusión – exclusión, en función de los estereotipos que se van desarrollando alrededor de las distintas condiciones personales, como la pobreza, la discapacidad, el género, la filiación política, la edad, la situación migratoria; en fin, cualquier condición real y social, estructural o pasajera que no esté de acuerdo con el parámetro establecido por un poder central, recibe el reproche de la sociedad y una exclusión que la condena al silencio.

Desde una perspectiva de género, la tradición cultural ha desarrollado un estereotipo único para hombres y mujeres, los mismos que se han reforzado hasta naturalizarse en la conciencia colectiva. La objetivación de valores y figuras ideales en relación a segmentos poblacionales han generado frustración en la gran mayoría de la población que no es capaz de ajustarse al modelo; o que siéndolo, lo rechaza por no corresponder a su forma de entenderse dentro de un contexto pero que genera rechazo en las personas del entorno.

Dentro del marco del Proyecto institucional: “Construcción de herramientas guías orientadas al tratamiento periodístico y comunicacional en materia de género”, el Consejo de Comunicación ha desarrollado una serie de actividades académicas, investigativas y de difusión que nos invitan a reflexionar sobre la correlación existente entre las variables de género y la comunicación social; así como la forma de superar los obstáculos que aún podemos identificar en un sistema con mucho espacio para mejorar y que cuenta con el respaldo institucional para lograrlo.

El conversatorio virtual: *Mujeres, libertad de expresión y medios de comunicación* fue organizado y se desarrolló con una vocación autocrítica, en la que nuestras panelistas invitadas abordaron temas trascendentales como la violencia simbólica de género en los medios de comunicación y sus influencias en la construcción de idearios sociales, como una oportunidad para un examen introspectivo para los actores del sistema de comunicación social ecuatoriano, a fin de identificar acciones y contenidos, que inclusive de manera no intencional van reforzando estereotipos y ahondando situaciones de discriminación.

Además de la visión autocrítica, resultó aún más interesante, haber pasado a la propuesta puesto que se ha logrado identificar a la comunicación como una herramienta válida y altamente eficaz para promover estilos de vida; por lo que debemos tomar a los medios de comunicación como aliados para utilizar las mismas estrategias y los mismos canales para la difusión de una cultura de paz, igualdad, reconocimiento y valoración de las diferencias, así como un instrumento apto para promover los derechos humanos de manera integral, entre ellos el ejercicio pleno de la igualdad y la libertad de expresión.

El Consejo de Comunicación pone a disposición de la ciudadanía, las memorias de este encuentro a fin de documentar sus aportes, extender su impacto y generar debates más profundos y comprometidos con una comunicación profesional, seria y constructiva para una sociedad incluyente y justa, comprometiéndose en ser una ventana abierta a los criterios distintos y a las diversas perspectivas que alimentan la calidad del debate y al compromiso consciente.

Prof. Diego Zambrano Álvarez Ph.D.

Coordinador General de Promoción de Derechos
Consejo de Comunicación

Introducción

La lucha por la igualdad de oportunidades y equidad de derechos de las mujeres abarcan los distintos niveles de la sociedad. Parte de esos esfuerzos se enfocan en la eliminación de la discriminación y la violencia simbólica en los medios de comunicación a través de: concienciar sobre la importancia del tratamiento adecuado de la información, participación de audiencias críticas, garantizar su labor como generadoras de contenido, fomentar su presencia en cargos de alta jerarquía en el ámbito comunicacional; así como, el cumplimiento de derechos conexos.

Estas acciones responden a la urgencia histórica de cambiar la prevalente cosificación de las mujeres en la radio, la prensa y la televisión. Varios estudios evidencian que las mujeres como fuente informativa se presentan mayormente con estereotipos y, desde una mirada interseccional, suman prejuicios por etnia, clase, edad, etc. Paralelamente, la poca visibilización de referentes positivos merma el reconocimiento en su diversidad y potencial. Para el caso particular de las periodistas y trabajadoras de los medios de comunicación, existen evidencias de dificultades adicionales a su labor por la prevalencia de un sistema patriarcal donde están vigentes ciertos papeles que limitan su participación.

La Ley Orgánica de Comunicación reformada contempla artículos que aportan a superar esta problemática, como la paridad obligatoria en los medios de carácter nacional; asimismo, la Ley para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres transversaliza la necesidad de enfrentar estas dificultades desde todas las aristas posibles. El Consejo de Comunicación trabaja en la inclusión del enfoque de género en los contenidos mediáticos y en la protección de las periodistas y trabajadoras de la comunicación.

Con estos antecedentes, organizó el conversatorio virtual: **Mujeres, libertad de expresión y medios de comunicación:** un evento gratuito donde académicas y profesionales del área compartieron sus conocimientos y experiencias con 60 asistentes, quienes tuvieron la oportunidad de realizar preguntas y aportes.

Este encuentro es parte de una línea de acción de la Institución para promover los derechos de las mujeres en los medios de comunicación desde sus propias voces.

Objetivos

- a. Reflexionar sobre los obstáculos y los desafíos que enfrentan las mujeres que trabajan en medios de comunicación.
- b. Dar continuidad a las acciones emprendidas por el Consejo de Comunicación para prevenir y erradicar la violencia contra las mujeres.
- c. Analizar, desde distintas perspectivas, la responsabilidad de los medios de comunicación en relación con la aplicación del enfoque de género.

Panelistas



Palmira Chavero

Docente e investigadora
(España)

Tema: *La mujer en los medios: de la invisibilización a la proclama*

Doctora en Ciencias de la Comunicación y Sociología y Licenciada en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid donde, además, fue docente.

Es parte del equipo de investigación del GI-GAPP. Es profesora titular, investigadora y directora de la Radio en la FLACSO-Ecuador. Es portavoz de la Red de Investigadores en Comunicación de Ecuador. Es parte de comités y revisora de revistas académicas; coautora y autora de libros, artículos y conferencias. Fue docente en el Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset y coordinadora del Laboratorio de Comunicación y Derechos en Ecuador.



Verónica Larrea

Periodista
(Ecuador)

Tema: *Las mujeres en los medios y la lucha por la equidad*

Licenciada en periodismo internacional y comunicación social en la Universidad de las Américas (UDLA). Parte de su formación profesional incluye un posgrado en producción de televisión para informativos y programas en la universidad San Pablo CEU, en Madrid, España.

Es periodista con más de 12 años de experiencia en medios de comunicación como: diario Hoy, las revistas de tecnología PC World y Computer World, radio Kiss, entre otros; así como, en organizaciones de la sociedad civil con enfoque en derechos humanos y libertad de expresión. Su experiencia se ha centrado en la investigación de las violaciones a la libertad de expresión, que incluye censura y vulneraciones a los derechos digitales. Junto a Milton Pérez, conduce el noticiero radial Sucesos.

**Nelly Jácome Villalva**

Secretaria Técnica del Consejo
Nacional para la Igualdad de Género
(Ecuador)

Tema: *Evolución e implicaciones políticas de la representación de lo femenino en los medios de comunicación ecuatorianos.*

Candidata a PhD en Derecho en la Universidad Andina Simón Bolívar. Magíster en estudios de Género y Desarrollo, por la FLACSO. Diplomada en Derechos Humanos y de las Mujeres por la Universidad de Chile.

Participó en el movimiento de mujeres del Ecuador desde mediados de los años 80. Fue Directora Nacional de Violencia Intrafamiliar y Género en el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. Ejerció la Dirección Nacional de Acceso a los Servicios de Justicia del Consejo de la Judicatura. Docente universitaria y consultora en violencia de género.

Extracto de ponencias

Moderadora: Michelle Moretti
*Dirección Técnica de Promoción del Conocimiento
Consejo de Comunicación*

Link:

<https://www.facebook.com/ConsejoComEc/videos/791068481713162>

EVOLUCIÓN E IMPLICACIONES POLÍTICAS DE LA REPRESENTACIÓN DE LO FEMENINO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ECUATORIANOS

Nelly Jácome Villalva

Secretaria Técnica
Consejo Nacional para la Igualdad de Género

Introducción

Según ONU Mujeres, para el año 2014, ya existían 143 de los 195 países que garantizaban la igualdad entre hombres y mujeres en sus constituciones; sin embargo, la discriminación en contra de las mujeres persiste en el mundo de diversas formas, directas e indirectas, a través de leyes y políticas, de estereotipos por razones de género, de normas y de prácticas sociales. La igualdad ante la ley no necesariamente significa que, en la práctica, las mujeres tengan las mismas oportunidades.

Cuando se afirma que la discriminación se manifiesta en diferentes espacios nos referimos a las estructuras sociales, culturales, políticas, es decir, a las instituciones que contribuyen a nuestra formación en todos los ámbitos de la vida, tanto en el ámbito familiar, en el ámbito educativo, en el espacio laboral, en la iglesia y, también, en los medios de comunicación.

A través de la reproducción de estereotipos nos dicen, desde que nacemos, qué es ser un hombre, qué es ser una mujer y qué roles debemos asumir. Todo esto se da en un sistema patriarcal, donde la concepción de lo que es ser mujer ha estado minimizada y se reproducen relaciones desiguales de poder, por considerar que existe un grupo -el de los varones- que está por sobre los demás; a esto se denomina la “sociedad androcéntrica”.

Violencia simbólica

Cuando hablamos de estas estructuras, también hablamos de las mentales, hacemos referencia a un sistema que se transmite, se enseña, se introduce ideológicamente en la vida social colectiva, pero también en el espacio individual (en nuestras mentes, en nuestros cuerpos). Con esto hacemos referencia a la “violencia simbólica”: concepto, desarrollado por el sociólogo francés Bourdieu, en los años 70, quien señaló que es un tipo de violencia que no se ejerce directamente a través de la fuerza física, sino que tiene que ver con una imposición de una manera de ver el mundo.

La violencia simbólica es el fenómeno de la dominación masculina, cuyas expresiones pueden darse en diversos acontecimientos sociales y culturales; como, por ejemplo, la esfera de lenguaje o en el espacio educativo. Se trata de un tipo de violencia que naturaliza la subordinación de las mujeres en la sociedad, a través del uso de patrones estereotipados, como pensamientos, mensajes, valores, frases, chistes, programas educativos, leyes, contenidos informativos, en fin, signos que transmiten y reproducen tanto la dominación, como la desigualdad y discriminación en las relaciones sociales.

Rita Segato, antropóloga argentina, define la “violencia simbólica” como una argamasa que sostiene la sociedad; califica este tipo de violencia como una violencia moral; es la más eficiente de los mecanismos de control social y de reproducción de desigualdades por su sutileza, su carácter difuso, su omnipresencia; es el método más eficiente de subordinación e intimidación. En este sentido, la “violencia simbólica” se entiende como un tipo de violencia que se desarrolla en diferentes espacios sociales, a través de la construcción de imágenes, símbolos, lenguajes, en los que las mujeres son discriminadas y violentadas.

La Ley Orgánica para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres define la “violencia simbólica” como: toda conducta que, a través de la producción y reproducción de mensajes, valores, símbolos, íconos, signos e imposiciones de género sociales, económicas, políticas, culturales y de creencias religiosas, transmiten, reproducen y consolidan relaciones de dominación, desigualdad y discriminación, naturalizando la subordinación de las mujeres.

Violencia en los medios de comunicación

La violencia mediática es una de las modalidades en la que se manifiesta la violencia simbólica. Lo mediático y lo cibernético comprenden el contexto donde la violencia es ejercida a través de los medios de comunicación, sea por vía tradicional o por cualquier tecnología de la información, incluyendo las redes sociales.

A través de la información que se transmite de manera masiva, los medios de comunicación pueden llegar hasta el espacio cognitivo de las personas y construir imaginarios mentales y sociales que determinan su estilo de vida. En el caso de las mujeres, se construyen imágenes que las representan como objetos del deseo, símbolos sexuales o en un rol único de cuidado o labor doméstica.

En los medios de comunicación masiva a escala mundial abundan los contenidos que son discriminatorios y que tienen prejuicios hacia muchos colectivos sociales, sobre todo, las mujeres. Este tipo de discriminación tiene tres formas predominantes: la invisibilización, la estereotipación y el maltrato. Estas concepciones, estas formas de ver y entender el mundo, trascienden a los medios de comunicación.

Desde las acciones de observancia que ha realizado el Consejo Nacional para la Igualdad de Género, en el ámbito de sus competencias, sobre contenidos comunicacionales, se analizó la publicación de un diario ecuatoriano titulada “Pilas con las grillas”, de 2013, que constituye en esencia un artículo con contenido sexista, pues caracteriza un término que ha sido popularizado por algunos medios de comunicación ecuatorianos en referencia a la mujer que tiene una imagen simbólica absolutamente desvalorizada e incluso que es rechazada en la sociedad porque sale de los patrones del comportamiento aceptados.

También, se puede citar el programa “La pareja feliz”, por contenidos sexistas y discriminatorios, que ubicaban a la mujer en posiciones dicotómicas, sea como figura sexual y objeto de placer, o como mujer sumisa, subyugada en el rol marcado de la reproducción. Trascendió, también, un caso en 2015 sobre el que se hizo seguimiento al tratamiento sexista y estereotipado que se daba a la mujer en la sección “Lunes sexy” de un medio escrito.

Según un informe de Corporación Humanas, que comprendía el periodo de diciembre de 2013 a abril de 2014, se analizó el tratamiento informativo de la violencia hacia las mujeres en 10 diarios del Ecuador. La conclusión fue que los medios no tenían una política informativa estratégica para hacer de la violencia machista un asunto de interés nacional. Este estudio determinó que el género periodístico al que se ha tenido acceso en temas de violencia son los formatos breves, sin contexto, sin ninguna explicación; se determina que la información sobre esta temática se sitúa en secciones de seguridad, policial, judicial, sociedad, mujer, familia. Existe una tendencia a judicializar la violencia hacia la mujer, dando relevancia al problema, cuando se trata de casos muy sonados, mediáticos, se muestra la violencia desde el lado más amarillista, sin abordaje especializado.

Por otra parte, hay que tomar en cuenta la invisibilización de las mujeres en los medios de comunicación. Según el informe de 2015 del Proyecto de Monitoreo Global de Medios, se evidencia que las mujeres constituyeron únicamente un 24% de las personas, sobre las cuales se leyó, se vio o se escuchó en los contenidos mediáticos. Es decir, por cada mujer que protagoniza las noticias, lo hacen 3 varones; de cada cinco personas expertas entrevistadas, solo una es mujer; y, el único rol donde las mujeres se equiparan a los varones es como opinadores populares (47%). Estos datos son exactamente similares a los que se presentó en el informe del año 2010, es decir, la brecha no disminuyó en cinco años, se mantuvo esta tendencia. Para el informe de este año del Proyecto de Monitoreo Global de Medios, sus resultados aún están en construcción, se puede anticipar que ha aumentado el interés y la voluntad de involucrarse en temas de género en los medios y el compromiso de impulsar el cambio hacia los derechos de las mujeres y los objetivos de igualdad de género.

Según los datos del Registro Público de Medios del Consejo de Comunicación, en el año 2016, las mujeres representaban el 30,2% frente al 69,48% de hombres en el ámbito comunicacional, de un total de 6.600 trabajadoras y trabajadores registrados. De 1.278 autoridades de alta gerencias de los medios de comunicación, las mujeres representaban tan solo 24% (306 mujeres). Las mujeres están mayoritariamente en rangos medios en las empresas mediáticas, espacios de contenidos, producción tareas técnicas.

Conclusión

La presencia de las mujeres en los medios de comunicación, así como su representación en los contenidos, ha tenido importantes avances positivos en el país, pues existe un mayor entendimiento de las complejas realidades que viven las mujeres por una discriminación histórica. Sin embargo, aún existe un largo camino por recorrer.

LAS MUJERES EN LOS MEDIOS Y LA LUCHA POR LA EQUIDAD

Verónica Larrea
Periodista

Introducción

¿Qué tiene de curiosa esta imagen?



La imagen que vemos y que corresponde a la redacción del New York Times, en 1978, muestra que solamente existían hombres en ese espacio de trabajo. Actualmente, esta realidad se mantiene presente en los medios de comunicación en general: menos acceso a cargos directivos y en las redacciones. Se abre la pregunta: ¿dónde están las mujeres?

¿Qué nos dicen los datos?

Existe una presencia desigual de mujeres en los medios de comunicación. A más de la mitad del Planeta se la mantiene al margen de lo que se cuenta, de lo relevante y de lo que marcan las agendas políticas en el mundo. Las pocas mujeres que trabajamos en los medios de comunicación y la falta de presencia en espacios de decisión se reflejan en la ausencia del enfoque femenino en los contenidos y en el tratamiento informativo. Las noticias que se difunden en los medios hablan menos de las mujeres y refuerzan los estereotipos de género.

De 13 mil empresas encuestadas por la OIT, en 70 países, reflejan que menos del 30% de mujeres se encuentran en espacios del personal directivo. Según un estudio realizado por ONU Mujeres, en el que participaron más de 100 países, se evidenció que solo un 27% de los cargos de alta dirección en los medios de comunicación lo ocupan las mujeres. Solamente el 31% de los papeles con diálogos lo tienen las mujeres y tenemos el doble de probabilidades de los hombres de aparecer sexualizadas; es así como, una de cada cuatro noticias son de mujeres; al menos el 46% de noticias que se transmiten en radio, prensa y televisión refuerzan estereotipos de género; y, solamente el 6% cuestiona esa realidad. En 1995, la presencia de mujeres en los medios era del 17%; mientras que en el 2010 era del 24% en prensa, radio y televisión.

En Ecuador, The International Women Foundation realizó un estudio a nueve medios de comunicación con 1.300 trabajadores en total que arrojó resultados como que los hombres superan de dos a uno en las salas de redacción y noticias. De igual manera, se señala que, en las direcciones de los medios, solo el 20% estuvo ocupado por mujeres y el 40%, en los cargos de alta gerencia. La mayor participación de las mujeres en los medios ecuatorianos está en los cargos junior y senior, donde se encuentran las tareas de recopilación de información.

Estos estudios, si bien no sugieren la existencia de un techo de cristal, evidencian una limitación velada para que las mujeres tengamos ascensos laborales. Los techos de cristal promueven que percibamos salarios menores y tengamos dificultades para alcanzar crecimiento laboral y discriminación por edad fértil.

Es interesante analizar que, en el país, el 56% de estudiantes en nueve universidades es mujer, según datos del Ceaces. La Facultad de Comunicación de la Universidad Central del Ecuador, la segunda más grande del país, tiene 55% de alumnas en pregrado y 46% de postgrado. A pesar de lo antes mencionado y del hecho de que más mujeres sean quienes más estudian carreras de comunicación, tan solo el 36% de los trabajadores de la comunicación son mujeres.

Acoso laboral y las limitaciones

El acoso se relaciona a la posición de supremacía del hombre. De 93 periodistas de los principales medios tradicionales de Quito, solo 10 tenían cargos directivos. El 62,2% de las mujeres encuestadas reconoció haber sufrido algún tipo de acoso durante su ejercicio periodístico, según el estudio de Mujeres ecuatorianas: Acoso y discriminación en los medios de comunicación de Quito 2013. De igual manera, según datos estadísticos, cinco de cada 10 mujeres periodistas subrayan el haber sido objeto de burlas sexistas por parte de sus colegas hombres en el trabajo.

¿Qué hacemos?

La sociedad será más justa y estará libre de discriminación si las voces de las mujeres dejan de mantenerse por fuera de las grandes conversaciones. El talento y las ideas sobran, pero falta el empoderamiento para impulsarlas.

Debemos empoderarnos y creer que somos capaces, desde nuestros puestos, como trabajadoras de la comunicación: ¿por qué no realizar entrevistas a mujeres talentosas para que ellas sean nuestras fuentes de información? Considero que se debe promover, de igual manera, las redes y medios alternativos, debemos unirnos y empezar por nosotras.

Conclusión

Hasta el momento, las mujeres no ocupan espacios suficientes de decisión; asimismo, existe mucha diferenciación en los puestos que ocupan en los medios de comunicación. Las mujeres atraviesan por distintos problemas como acoso laboral y brechas salariales que, si bien estas últimas no son explícitas, las mismas no se han cerrado a pesar de la capacidad y educación de las mujeres.

Existen estereotipos en las noticias, por lo cual es importante concienciar sobre esta problemática e invitar a las mujeres a empoderarse, respetarse y, sobre todo, a no callar.

LA MUJER EN LOS MEDIOS: DE LA INVISIBILIZACIÓN A LA PROCLAMA

Palmira Chavero

Investigadora y docente

Introducción

Quisiera resaltar la importancia que significa hablar de este tipo de temas, para evitar caer en lugares comunes y darles un poco de solidez a las intervenciones de las compañeras y a todos los trabajos que se van haciendo. En primer lugar, me parece importante destacar la idea de que más de la mitad de la población ecuatoriana es mujer, es decir, no es una cuestión menor; además, a pesar de que son datos parciales, hay que considerar que el 30% de las personas que trabajan en medios de comunicación son mujeres. Entonces, no estamos hablando de un grupo minoritario, ni un colectivo menor. Cuantitativamente, somos un grupo numeroso.

Es importante poner sobre la mesa que cada vez hay más estudios sobre comunicación y género. Hay proyectos, pregrado y posgrado vinculados a universidades o grupos de investigación, tanto es así que algunos lo tienen como una línea propia. Es importante acotar que se han realizado muchos avances; es decir, hemos pasado de la mujer con cara bonita en los medios de comunicación a la mujer como poseedora de la palabra. El camino por recorrer es largo y complejo, tenemos muchos avances a nivel contextual, pero todavía tenemos muchos retos por delante.

Me gustaría enfocarme en este contraste: en el diagnóstico de la situación y en los retos; también, poniendo de manifiesto la idea de que existen muchas cosas que estamos muy acostumbrados a escuchar como la brecha salarial o el techo de cristal que hay que repetirlos porque son un problema para el desarrollo de la mujer profesional, pero que hay otros elementos que son más sutiles que, a lo mejor, no estamos tan acostumbrados y que han conseguido, desde ciertos espacios, naturalizarlos.

A partir de aquí, quisiera compartir algunas reflexiones que hemos desarrollado en Ecuador y en otros países relacionadas a tres dimensiones:

1. La mujer periodista en sí
2. La representación de la mujer en los medios de comunicación
3. Auto percepción de la mujer periodista en Ecuador

La mujer periodista en sí

Respecto de los problemas que enfrentan las mujeres periodistas y la brecha salarial ya los abordaron las anteriores panelistas. Del techo de cristal se enfatizó en que existen más mujeres en las facultades de comunicación, pero hay menos mujeres en los puestos de responsabilidad; sigue existiendo este techo que es una realidad.

Tenemos también esto del “suelo pegajoso”, del que se habla menos pero que es el que más acaba con las mujeres profesionales en los medios de comunicación. Esto se refiere a la dificultad que tienen las mujeres en los medios de comunicación para subir en la carrera

profesional por problemas de conciliación: por lo general, el trabajo doméstico se relega a mujer y esa necesidad de conciliación donde la mujer hace más que el hombre en la casa, actúa como pegamento y le impide crecer. Existen los “techos de cristal”, pero también existen los “suelos pegajosos”.

Hay un tema de acceso. Yo he trabajado por muchísimo tiempo en medios de comunicación y me han preguntado si tengo previsto ser madre o casarme, esas preguntas a los hombres no se las hacen al acceder a un trabajo; a una mujer si se le pregunta si tiene o si tiene previsto tener hijos porque eso siempre es como una limitación, esa pregunta no se les hace a los hombres porque se asume que la que la carga recae fundamentalmente sobre la mujer.

Otro elemento importante es que, en ocasiones, cuando una mujer accede a un puesto de importancia adoptan roles masculinos en la dirección o en la gestión. Eso acaba convirtiéndose en un obstáculo que afecta a la propia mujer porque se pide una perspectiva femenina pero, muchas veces, se adoptan estos roles de dirección masculino fruto de la necesidad de hacerse paso y eso acaba siendo contraproducente.

Dentro de estas condiciones laborales, también, hay que considerar el tema de la violencia sexual. No podemos olvidar que existe de manera patente o latente en los medios de comunicación en Ecuador, en América Latina y otras regiones del mundo también.

La representación de la mujer en los medios de comunicación

El primer problema que nosotros nos encontramos cuando estudiamos cómo se representa a la mujer en los medios de comunicación es que se da una representación homogénea, es decir, “las mujeres son así”. Normalmente, ese “así” responde a un encasillamiento fruto no solo de la cultura, sino de una esfera pública heteronormativa, con un ideal de familia.

Esta idea de que todas las mujeres son iguales oculta la heterogeneidad del propio género, los problemas, las disputas, los conflictos y los logros que tiene el propio colectivo. Pero, además, se da una representación asociada a roles tradicionales y a funciones “menores” porque cuando una mujer aparece en los medios de comunicación está cuidando de los niños, está siendo madre, está asociada a temas sociales, a la crianza, a la educación, obviamente a las cuestiones estéticas, a la manera de vestirse, etc. Eso acaba siendo un problema no solo en la actualidad sino, a futuro, pensando en estas niñas que consumen medios de comunicación y que van a ser las mujeres del futuro.

Otro problema es la estereotipización, que mis compañeras ya han hablado de ello por lo que no me voy a detener en eso. Sencillamente, incorporar que muchas veces que los estereotipos no solo son abundantes, sino que se dan en forma cómica, como de humor; el problema de eso es que se naturaliza y se está atentando contra la propia dignidad humana de la mujer: no es solo la idea del estereotipo, sino como se naturaliza y se empieza a ejercer este tipo de violencia.

Hay una cuestión importante que tiene que ver con la invisibilización de la mujer, es decir, no solo no se acude a la mujer como fuente de información, sino que se aplica un ejercicio de ventriloquía: se sustituye a la mujer por otras voces que hablan en nombre

de la mujer; esto se ve mucho, y es particularmente grave, cuando los temas en los que está implicada la propia mujer como aborto, salud sexual, de salud reproductiva, etc., que se le pregunta a otra fuente que no es la propia mujer y que, supuestamente, tienen más autoridad.

Entonces, además de la invisibilización y del ejercicio de ventriloquía que supone esta ausencia de la voz de la mujer, supone una negación de la legitimidad de la mujer y de la autoridad de la mujer, autoridad en el sentido de entender el tema. Cuando se llama a la mujer para entrevistas o para participar de ciertos espacios es para temas sociales, educativos, crianza, estéticos; pero, muy pocas veces se las llama para hablar de economía, para hablar de política, para hablar de las cuestiones electorales aunque esto último si hay pequeños cambios que se están viendo; pero, en general, no se le llama para los temas duros que, paradójicamente, son los temas que predominan en los medios de comunicación. La consecuencia de esto es que se niega la legitimidad y capacidad de la mujer; además, se le sustituye por una voz que supuestamente tiene más autoridad.

De la cosificación y la sexualización ya han hablado mis compañeras. Se pone el cuerpo de la mujer como un producto, como un objeto de venta. El problema de esto derivada en el sensacionalismo, en el énfasis en el morbo que se hace de las informaciones y de las coberturas: no solo se acaba sexualizando y cosificando, sino que ridiculiza a la mujer y se la convierte en una mercancía.

Hay un tema importante en esta representación de las mujeres en los medios de comunicación que es la negativización y las formas punitivas. Esto lo vemos claramente si pensamos en las coberturas de algunos de los episodios de violencia machista: se destacan siempre los modelos negativos y, después, se genera esta cuestión de castigo, de sensación de culpa o responsabilidad; es decir, se sugiere que la mujer tiene algo de culpa o de responsabilidad que llevó a ese acto o hecho delictivo. Recordemos el énfasis que hacen los medios en qué llevaba como vestimenta la mujer, cómo hablaba, si era más joven o mayor que el chico, si le gustaba estar con más o menos chicos, es toda esta sugerencia de que algo hizo la mujer para que la atacaran, para que la violaran, para que la mataran, etc.

Incluso, hay en muchos medios de comunicación ecuatorianos, en prensa escrita hemos visto una especie de manual para evitar la violación; entonces, la reflexión aquí es: cómo así que se haga un manual para mujeres para evitar la violación y no se hace un manual para educar a los niños y a los hombres para que no violen, que son al final quienes comenten el acto delictivo.

Hay un tema interesante que ha salido cuando hemos trabajado con grupos de mujeres y es que hay una ausencia de los temas que les interesa a las mujeres; aquí nos vamos al tema de la agenda pública. Las mujeres nos han dicho que les interesa hablar de la violencia y como erradicar la violencia o hablar de otros temas que no son de los que hablan los medios; y, cuando la mujer ha tenido un rol protagónico en el desarrollo del país, a ella siempre se le relega.

Hay una dimensión de la mujer en la representación que tiene que ver con un enjuiciamiento antes de llegar a un proceso judicial y con el uso del lenguaje: es cómo a través del lenguaje se enjuician los acontecimientos que tienen a la mujer como protagonista y esto

lo vemos con temas de violencia machista. Es muy habitual en los medios de comunicación ver la categoría crimen pasional y aquí podemos trabajar sobre dos criterios: primero, antes que se diga nada ya hay un juicio sobre un crimen y ya los medios están haciendo de jueces; y, segundo, el elemento más preocupante, que es reducir la violencia machista a la esfera de lo privado y a la esfera de lo íntimo en algunas ocasiones. La consecuencia es que se está convirtiendo un problema público en un problema personal, en un problema privado; es decir, se está proponiendo que este no es un problema que tenga el país o la sociedad y, por tanto, no es un problema en el que el Estado debería actuar, sino que resuelve cada uno en su casa, con su familia, a pesar que los datos que tenemos en Ecuador son realmente alarmantes de violencia machista.

Los medios piensan en función del rating, en busca de vender y existe una falencia en enfoque de derechos.

Autopercepción de la mujer periodista en Ecuador

Aquí tenemos dos grandes planos en la academia: uno que nos dice que no hay mayor diferencia entre hombres y mujeres; y, otro que dice que sí hay diferencia en agenda, sensibilidades, participaciones, etc.

Uno de los estudios que hemos hecho con encuestas representativas a los medios de comunicación, a hombres y mujeres, para ver cómo la mujer periodista se percibe a sí misma y, por tanto, de dónde viene esta discriminación y desigualdades, los datos dicen que: no hay mayor diferencia estadísticamente significativa en los roles de los periodistas; que, tanto hombres como mujeres, se consideran intermediarios, no son voceros de las instituciones ni tampoco perros guardianes, sino intermediarios para darle al ciudadano la información que necesita.

Las diferencias estadísticas considerables es que las mujeres se sienten más lejanas al poder, no se sienten defensoras de la legalidad ni de los derechos; es decir, suelen ser más neutrales y se preocupan más por la audiencia.

Cierre

Lo que nosotros estamos viendo en los estudios que hemos venido realizando sobre las prácticas en los medios de comunicación es la existencia de la censura empresarial, pero que estas prácticas no vienen de la mujer, sino desde las instituciones. Es verdad que hay que trabajar en el empoderamiento de las mujeres, pero también hay que trabajar en política pública que respalde a la mujer porque si no la hay es muy difícil que solo con el empoderamiento se logre.

Es necesario trabajar de manera articulada entre: el Estado a través de la política pública; los medios de comunicación, especialmente a través de las mujeres; y, la ciudadanía. Me parece que si no trabajamos de manera conjunta y con el cruce de la academia, será muy difícil que sigamos avanzando porque los retos que tenemos son muchos y sobre todo, los obstáculos son muy altos.

Preguntas y respuestas

- 1. ¿Por qué, a pesar de que existe una ley, vemos que predomina la discriminación hacia las mujeres, sobre todo, estereotipos y cosificación hacia las mujeres? ¿Qué otras políticas públicas debería implementar el Estado para eliminar estas prácticas que se encuentran arraigadas en nuestro país?**

Responde: *Nelly Jácome Villalva*

Muchas veces, esperamos que los grandes cambios vengan desde arriba, desde el Estado, y luego actuamos. Debemos ir rompiendo las estructuras mentales que tenemos internamente. Podemos contar con todas las normas posibles pero, mientras no hagamos un trabajo efectivo de cambio de patrones socioculturales que involucren los cambios desde la sociedad desde lo más pequeño, no habrá transformación alguna.

Es fundamental pensar, qué es lo que podemos hacer nosotros desde cada uno, cómo podemos contribuir al cambio hacia la igualdad. Es la responsabilidad que tenemos a nivel individual.

- 2. ¿Si vemos tantas pruebas de que las mujeres son visibilizadas por qué se siguen repitiendo?**

Responde: *Verónica Larrea*

Es una situación que se ha normalizado en la sociedad. Estos espacios de reflexión nos ayudan para esto, para empoderarnos, empezando por el respeto hacia nosotras mismas, sobre todo a no callar y normalizar estas situaciones.

- 3. ¿Cuáles son los retos que las mujeres tienen en el futuro como parte fundamental de los medios de comunicación?**

Responde: *Palmira Chavero*

Los retos son muchos y variados; todos se derivan del gran reto que es posicionar a las mujeres en el lugar que les corresponde al interior de los medios de comunicación y, también, dentro de la sociedad.

Tenemos que llegar a un escenario en el que las mujeres sean iguales que los hombres y no tengan que demostrar, permanentemente, qué es lo que estamos acostumbrados a ver en los medios de comunicación y en otros espacios de la sociedad, es que la mujer también puede. Debemos darle la vuelta a esta naturalización y que no se pregunte a la mujer si ella es capaz, sino que al menos podamos igualar en los planos al género masculino y al género femenino.

Tiene mucho que ver con pensar en el futuro, que es esta idea que mencionó Nelly sobre los patrones socioculturales. Habiendo pasado hace pocos días el Día de la Niña, tenemos que pensar en esas sociedades del futuro: si queremos que en un futuro, la mujer periodista, la mujer en los medios de comunicación, si queremos que tenga el papel que realmente merece, tenemos que empezar a trabajar con los niños de hoy, con las niñas. Creo que es sobre todo con los niños porque pensamos que el tema género es un tema de mujeres y no nos damos cuenta que, también, hay que educar a los niños en el respeto, la igualdad, etc.

Dentro de la complejidad del escenario diría que: el principal reto es darle la vuelta a esta normalización, conseguir un equilibrio y una igualdad real de oportunidades, de acceso, de proceso y de ahí ir resolviendo los pequeños retos. Yo creo que eso sería como la gran meta.

Conclusiones Generales

- **Existen diferentes obstáculos y desafíos que enfrentan las mujeres como resultado de una estructura históricamente patriarcal, incluyendo el ámbito comunicacional. Para cambiar esos patrones negativos es necesario el empoderamiento de las mujeres y la correcta aplicación de política pública.**
 - En los medios de comunicación, así como en diversos espacios de trabajo, se mantiene un techo de cristal; este hace referencia a los obstáculos que tienen las mujeres para acceder a un salario justo y participar en cargos de alta jerarquía en razón de su género. Para romper ese techo es necesario realizar cambios estructurales que garanticen un ambiente de trabajo basado en derechos.
 - Existe una forma naturalizada de violencia y discriminación contra las mujeres que es el “suelo pegajoso”, que se refiere a la falta de conciliación que ocurre al asumir que las labores del hogar son de exclusiva responsabilidad de las mujeres y, por tanto, este exceso de tareas dificulta el ascenso profesional. Es fundamental trabajar en las nuevas masculinidades para enfrentar este desequilibrio de roles.
 - Desde la comunicación, es importante generar discursos, relatos, símbolos y metáforas que contribuyan a erradicar la jerárquica que coloca a las mujeres en posición de subordinación social frente a los hombres.
 - Abordar aspectos relacionados a los derechos de las mujeres y la libertad de expresión y de prensa no es un tema menor, sino una necesidad urgente para garantizar el reconocimiento de más de la mitad de la población.
- **Existe una corresponsabilidad entre el Estado, los medios de comunicación y la sociedad en la aplicación del enfoque de género en los contenidos mediáticos.**
 - Se debe contar con la voz de las mujeres como un aspecto fundamental a la hora de elaborar y emitir mensajes.
 - Se deben generar contenidos mediáticos que ofrezcan una imagen positiva de las mujeres, sobre todo, presentarlas en legítimo reconocimiento de sus capacidades en ámbitos considerados equívocamente como exclusivos de los hombres.
 - Es importante la utilización de un lenguaje inclusivo que contribuya a modificar el imaginario donde las mujeres, en su diversidad, son subordinadas a los hombres.
 - Los medios de comunicación no deben judicializar la información referida a la violencia machista; es decir, deben abstenerse de emitir juicios de valor sobre la víctima o sobreviviente agregando culpa o responsabilidad en el hecho; así como, no abordar el contenido como una realidad exclusiva del ámbito privado y familiar, sino como una problemática que debe afrontarse desde la sociedad en general.
 - El Estado debe generar política pública específica que coadyuve a garantizar los derechos de las mujeres en los contenidos en los medios de comunicación.

- Las expresiones de desigualdad parten de la concepción de estereotipos de género que asignan determinados roles a las mujeres; esto afecta su desarrollo y obstaculiza la consecución de la igualdad de género. Es por ello, que los medios de comunicación constituyen un espacio que debe evolucionar a la par de los derechos humanos e incorporar el enfoque de igualdad de género en sus contenidos.
 - Es fundamental fomentar el conocimiento del enfoque de igualdad de género las audiencias para generar una vigilancia ciudadana frente a los contenidos en medios de comunicación.
 - Se debe trabajar en la eliminación de la violencia simbólica en los contenidos de medios de comunicación porque fomenta ideas negativas sobre las mujeres y su rol en la sociedad.
 - Existen tres problemas principales que hay que trabajar en los medios de comunicación y en el contenido relacionado a las mujeres: la estereotipación, el maltrato y la invisibilización; este último incluye la ventriloquía. Para contrarrestar estas prácticas negativas se debe posicionar las voces de las mujeres desde su diversidad y capacidades.
- **Las periodistas y las trabajadoras de la comunicación enfrentan varias dificultades que no responden a su labor profesional y están vinculadas a su género. Por ello, se deben realizar acciones para erradicar cualquier proceso de discriminación y violencia laboral para que las presentes y las futuras generaciones puedan participar del este espacio comunicacional.**
 - Existen importantes aportes desde la academia en la reflexión y en el análisis de las desigualdades, desafíos y obstáculos que tienen las periodistas y las trabajadoras de la comunicación. Es importante mantener un seguimiento de estas realidades para su visibilización y resolución.
 - Las mujeres quienes trabajan en los medios de comunicación enfrentan problemas de acoso, violencia sexual y limitaciones. Es necesario capacitar en derechos a los responsables y colaboradores de estos espacios para el pleno cumplimiento de los derechos de las periodistas y trabajadoras de la comunicación.
 - Existe un avance en la participación de las mujeres en los medios de comunicación; sin embargo, la brecha por lograr la equidad no se ha cerrado. Es fundamental trabajar para que las presentes y las futuras generaciones gocen de una participación equitativa, con base en su potencial y capacidad.



Consejo de
Comunicación

Libertad de expresión y derechos