

FORO

Mujeres

EN LA ACADEMIA

Profesionalización
y comunicación



Memorias



Consejo de
Comunicación

Libertad de expresión y derechos

QUITO - 9 DE MARZO DE 2020



Consejo de
Comunicación

Libertad de expresión y derechos

Édison Toro Calderón

Presidente del Consejo de Comunicación

Diego Zambrano Álvarez

Coordinador general de Promoción de Derechos

María Fernanda Cedeño

Directora técnica de Promoción del Conocimiento

Equipo técnico, Dirección Técnica de Promoción del Conocimiento:

- María Fernanda Cedeño
- Anastasia Valyanyuk
- Cecilia Marcillo
- Sofía Jurado
- Michelle Moretti
- Gisell Andrade
- Neysi Vallejo

Dirección de Comunicación

Marzo 2020

Índice

| | |
|--|----|
| 1. Presentación..... | 5 |
| 2. Introducción..... | 6 |
| 3. Agenda del evento..... | 7 |
| 4. Intervenciones en paneles..... | 8 |
| 4.1. Panel 1. Caso práctico “Gritan las Aulas” – Dra. Patricia Hidalgo, Universidad Internacional del Ecuador (UIDE)..... | 8 |
| 4.2. Panel 2. Mujer en la academia e investigación en Ciencia, Tecnología e Innovación: los orígenes del techo de cristal” – Lcda. Indira Salazar, oficial de Comunicación de la UNESCO..... | 11 |
| 4.3. Panel 3. Mujer y poder en las corporaciones Mg. Gabriela Falconí, Universidad San Francisco de Quito (USFQ)..... | 14 |
| 4.4. Panel 4. Mujeres como generadoras de información. Profesionalización” Dra. Guadalupe Fierro, Universidad Central del Ecuador..... | 15 |
| 4.5. Panel 5. Mujeres como generadoras de información, profesionalización Dra. Saudia Levoyer, Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador..... | 17 |
| 5. Mesas de trabajo..... | 18 |
| 5.1. Violencia contra las mujeres y el tratamiento de la información..... | 18 |
| 5.2. Mujeres, interculturalidad y comunicación..... | 21 |
| 5.3. Mujeres y profesionalización..... | 23 |
| 5.4. Mujeres en la academia e investigación..... | 25 |
| 5.5. Audiencias críticas..... | 27 |
| 6. Reflexiones finales..... | 30 |

1. Presentación

En ocasión de recordar la indescriptible tragedia vivida por un numeroso grupo de obreras textiles que murieron calcinadas en el marco de sus protestas por exigir condiciones dignas de trabajo, que constituye el antecedente histórico para conmemorar el día internacional de la mujer, cada 8 de marzo, el Consejo de Comunicación desarrolló el encuentro “Mujeres en la Academia”, con la participación de destacadas académicas, docentes, investigadoras y comunicadora; quienes reflexionaron sobre las variables propuestas desde su propia visión y desde sus propias expectativas.

Se trata de una propuesta que descansa en el convencimiento que el acceso a la educación superior, la generación de condiciones que permitan un desarrollo intelectual y laboral, en condiciones de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres es el camino más efectivo hacia la reducción de brechas sociales, económicas, siendo además el camino más prometedor para superar estereotipos arraigados en la sociedad latinoamericana y que no responden a ninguna verdad objetiva pero que han sido la fuente de discriminación, violencia y la instrumentalización del cuerpo de la mujer, como si se tratase de un objeto susceptible de ser poseído.

La academia, la política, las fuerzas armadas y la iglesia han sido espacios tradicionalmente masculinos que reprodujeron durante siglos una distribución de talentos dicotómicamente asignadas a las personas en razón de su sexo, lo que justificó una asignación jerarquizada de roles sociales en el ámbito público y privado, y la subordinación de los supuestos “valores femeninos” a las características de racionalidad, valentía, templanza que fueron asignadas a los hombres y las actividades que de ellas se derivan.

El proceso de deconstrucción de estos estereotipos de género ha sido largo pero sostenido, el acceso a la educación formal para las mujeres inició un viaje sin retorno hacia de demostración de los talentos de las mujeres, quienes han logrado sobreponerse a las barreras sociales hasta lograr destacarse y brillar con luz propia en los ámbitos que hace pocas décadas les fueron vedados. La verdadera liberación del ser humano debe empezar por la autonomía intelectual, por la curiosidad, el conocimiento y la búsqueda de su propio destino.

Mujer y academia son una alianza indispensable en la construcción de sociedades justas, pacíficas y democráticas, dentro del marco de la igualdad en derechos, el respeto a la identidad de género y la meritocracia como carácter diferenciador que promueve incentivos de desarrollo personal para la generación de beneficios sociales, especialmente para los grupos menos afortunados.

DIEGO ZAMBRANO ÁLVAREZ
Coordinador General de Promoción de Derechos

2. Introducción

La mirada interseccional del sistema patriarcal deja en evidencia las desigualdades históricas que enfrentan las mujeres. Una realidad que se reproduce a escala mundial y que afecta los distintos ámbitos de la vida, incluyendo la comunicación.

La academia ha sido, por excelencia, una herramienta efectiva para impulsar la equidad e igualdad de géneros. Eso incluye la presencia de las mujeres como generadoras de pensamientos y movimientos, que han contribuido para la concreción de cambios estructurales, en beneficio de la sociedad.

El Consejo de Comunicación promueve iniciativas de diálogo ciudadano que coadyuvan al ejercicio de los derechos relacionados con la libertad de expresión. Esta responsabilidad es parte de sus atribuciones contempladas en la Ley Orgánica de Comunicación y la Ley Orgánica Integral para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres, entre otras normativas nacionales e internacionales.

En este marco, para conmemorar el Día Internacional de la Mujer, el Consejo de Comunicación, en coordinación con la Universidad San Francisco de Quito, la Universidad Internacional del Ecuador y la Oficina de la Unesco en Quito realizaron el foro: “Mujeres en la academia. Profesionalización y Comunicación”.

Al encuentro asistieron alrededor de 200 personas, entre representantes de los medios de comunicación, periodistas, delegaciones de empresas públicas y privadas, gremios, asociaciones y organizaciones de la sociedad civil, sobre todo aquellas cuya labor está vinculada a los fines que inspiraron este espacio.

El Foro tuvo dos momentos: el primero, un panel en el que participaron destacadas profesionales relacionadas con el ámbito de la comunicación y el segundo, cinco mesas de trabajo en las que se abordaron temas como: violencia, tratamiento de la información, interculturalidad, profesionalización, audiencias críticas.

Este documento recoge las principales ideas de ambos momentos, un valioso insumo para las acciones emprendidas por el Consejo de Comunicación y un aporte a la lucha por los derechos de las mujeres y la comunicación en el marco de la igualdad.

3. Agenda del evento

Presentaciones

Dr. Édison Toro, presidente del Consejo de Comunicación
Indira Salazar, delegada de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)
Dr. Gustavo Vega, rector de la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE)
Dr. Santiago Castellanos, decano del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas de la Universidad San Francisco de Quito (USFQ)

Moderación del evento

Mg. Isabel Calle, Consejo de Comunicación

Ponencias:

- “Caso práctico “Gritan las Aulas” – Dra. Patricia Hidalgo, directora de la Escuela de Comunicación de la UIDE
- “Mujer en la academia e investigación en Ciencia, Tecnología e Innovación: los orígenes del techo de cristal” – Lcda. Indira Salazar, oficial de Comunicación UNESCO
- “Mujer y poder en las corporaciones” – Mg. Gabriela Falconí, profesora principal de la USFQ
- “Mujeres como generadoras de información. Profesionalización” – Dra. Guadalupe Fierro, docente de la Universidad Central del Ecuador
- “Mujer, interculturalidad y medios de comunicación” – Dra. Saudia Levoyer, docente de la Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador

Panel de preguntas y respuestas

Mesas de trabajo

- Violencia contra las mujeres y tratamiento de la información
- Mujeres, comunicación e interculturalidad
- Mujeres y profesionalización
- Mujeres en la academia e investigación
- Audiencias críticas con enfoque de género

Plenaria y conclusiones

4. Intervenciones en paneles



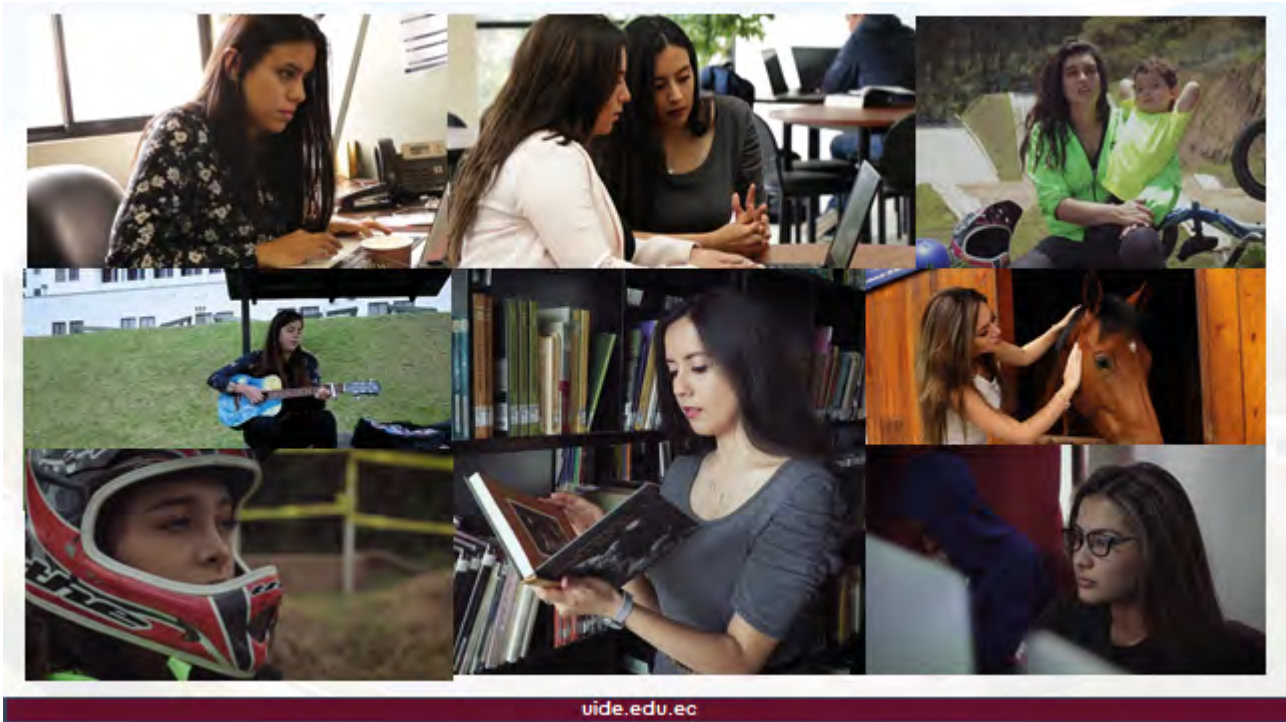
PATRICIA HIDALGO
 DIRECTORA DE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN DE LA UIDE

4.1. Panel 1:

Caso práctico “Gritan las Aulas”

- Doctora en Ciencias Sociales FLACSO-Ecuador, directora de la Escuela de Comunicación de la Universidad Internacional del Ecuador, con 25 años de experiencia. Su trabajo de investigación y docencia se centra en los campos de la comunicación política, la comunicación organizacional, la planificación estratégica, la democracia participativa y la gestión local.
- Es miembro activo de AMESIP, ALACIP, la Red de Politólogas del Consejo de Investigación de la UIDE y de la Red Universitaria Euroamericana de Investigación sobre Competencias Mediáticas para la Ciudadanía.
- Es autora del libro “Claros y Oscuros para la Democracia Participativa: el caso de las Asambleas de Presupuesto Participativo del Distrito Metropolitano de Quito, 2010-2013 y es directora nacional del concurso “Gritan las aulas”.





El proyecto “Gritan las aulas” surgió como un espacio donde los participantes contaban sus historias, muchas veces trágicas. Gracias al concurso, se recopilaban estadísticas y datos importantes; se pudo evidenciar los problemas que ocurren dentro del aula y hacen que la vida universitaria se vuelva difícil.

En la investigación previa al concurso, se identificaron datos sorprendentes a escala nacional: la violencia está naturalizada en nuestro país. Por ejemplo, en las provincias como: Santa Elena, Chimborazo, Los Ríos, Manabí, Bolívar, en donde la violencia aparentemente era en menor proporción, una de cada dos mujeres la ha sufrido. Por otro lado, Azuay, Morona Santiago, Napo, Cañar e Imbabura, son las provincias con mayor porcentaje, en donde ocho de cada 10 mujeres han sufrido violencia a lo largo de su vida.

Profundizando la investigación, se pudo evidenciar la existencia de la violencia en el ámbito social: 33 de cada 100 mujeres en el país sufrieron algún tipo de violencia, considerando únicamente los casos denunciados, y es ahí donde existe un gran problema: violencia sexual la denuncian el 97.1% de las mujeres; los casos de violencia psicológica son denunciados en un 93.7%; y en relación a la violencia física, el porcentaje de denuncia es del 85.8%.

En cuanto a la violencia en el ámbito educativo, se evidenció que 19 de cada 100 mujeres han experimentado algún tipo de violencia en las aulas (violencia psicológica, en la que muchos maestros son expertos), sin embargo, el 98.1% de los casos no son denunciados. Los datos son realmente alarmantes. El 96,6% de las personas que han sufrido violencia de tipo sexual o física no la han denunciado.

La situación se agrava cuando observamos y analizamos el tratamiento superficial, muchas veces amarillista o morboso que dan a estos temas de género los medios de comunicación. Según una auditoría interna realizada por un conocido medio de comunicación

acerca del tratamiento de las noticias sobre el femicidio, difundidas entre el 2015-2016, el 34.9% de las publicaciones enfatizaban los hechos de violencia desde la espectacularización y cosificación de la mujer. El 32.2% de los materiales no evidencian ningún aspecto de manera puntual, no se habla de violencia ni abusos, simplemente se informa sobre un femicidio. Tan solo el 24% de las notas desarrollan temas relacionados a las políticas de género a favor de la mujer; 8.5% aluden a cuestiones como ratificaciones de sentencias, informes estadísticos, apelaciones de sentencias, entre otros. No existe suficiente contenido.

Mediante los análisis realizados, se pudo evidenciar que los temas de género se abordan según la coyuntura. Por ejemplo, en conmemoración de fechas especiales, como es el Día Internacional de la Mujer; sin embargo, luego pierden su importancia para la agenda mediática.

En conclusión, la sociedad en general no hace suficiente esfuerzo para tener espacios equitativos y promover igualdad de oportunidades; se requiere de un compromiso de todos y todas, para generar espacios de participación y representatividad en igualdad. La academia tiene una gran responsabilidad en la formación de estos espacios. Es por ello, que la segunda convocatoria para el concurso “Gritan las aulas” estuvo orientada a visibilizar a las mujeres que no se ven y a dar notoriedad a las mujeres que inspiran.

Más de 500 participantes a escala nacional entre hombres y mujeres, más de 140 colegios públicos, privados y municipales, más de 40 universidades de todo el país, con estudiantes de diversas carreras, participaron en esta edición de “Gritan las aulas”. Y ¿qué gritaron las aulas?, gritaron las historias de mujeres que inspiran, la lucha diaria, los logros, las investigaciones, los descubrimientos, los éxitos y también las caídas y levantadas; también, gritaron la compasión, la empatía, la sensibilidad, la ternura, esa capacidad de amar sin medida y esa fuerza para cambiar el mundo. Este espacio dio la oportunidad de sembrar una semilla que germinará y dará fruto, que permitirá visibilizar y dar notoriedad a muchas mujeres. Esta semilla será fuente de cambio en este proceso de empoderamiento femenino. Todos los trabajos presentados ya son parte de la memoria colectiva.

Actualmente, se está midiendo el impacto del concurso “Gritan las aulas - 2” en los colegios y en las universidades, con el objetivo de determinar el concepto para su tercera edición.



“Gritan las aulas con voces de mujer”



vide.edu.ec



INDIRA SALAZAR
OFICIAL DE COMUNICACIÓN
UNESCO

4.2. Panel 2:

Mujer en la academia e investigación en ciencia, tecnología e innovación, los orígenes del techo de cristal

- Licenciada en Ciencias Políticas y Administrativas por la Universidad Central de Venezuela, con Especialización en Gestión de Proyectos.
- Desde el 2017 se desempeña como Oficial de Comunicación e Información de la Oficina de UNESCO en Quito y es responsa-

ble para Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela de temas como: sociedad del conocimiento inclusiva, TIC relacionadas a la educación, personas con discapacidad, género, libertad de expresión y seguridad de periodistas, entre otros.

- Coordinadora de proyectos del sector cultura de la Oficina de UNESCO en Quito.
- Coordinadora y directora del Despacho de la Secretaría Permanente del Convenio de Cooperación Técnica CAF, Banco de Desarrollo de América Latina, Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe en Gobierno Electrónico.
- Directora del Centro de Servicios de Información y coordinadora del Infocentro del Centro de Estudios Latinoamericanos Rómulo Gallegos.
- Directora de proyectos y consultora en el sector privado de las áreas de alfabetización digital, educación mediática e información y uso de TIC.



El marco conceptual y programático con perspectiva de género, con el cual trabaja el Sistema de Naciones Unidas y específicamente la UNESCO, son los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la agenda 2030, y, en especial, el Objetivo de Desarrollo Sostenible 5.

Estamos viviendo la “Cuarta Revolución Industrial”, marcada, especialmente, por los desarrollos del Big Data, de la inteligencia artificial y de las tecnologías de información y comunicación avanzadas. Por ello, es necesario para las mujeres estudiar ciencias; las chicas, las niñas y las mujeres necesitamos trabajar, necesitamos formarnos en las competencias y en las capacidades que requiere el mercado laboral. La participación de las mujeres sugiere no solo competencias tecnológicas, sino una participación conectada con el mercado laboral en términos de alta calidad.

Es necesario destacar la reproducción de los estereotipos de género en la inteligencia artificial. En la mayoría de las compañías tecnológicas, las brechas de género son cada vez mayores; es decir, hombres en posiciones medias tecnológicas y en altas posiciones gerenciales en empresas tecnológicas, tomando decisiones acerca de la configuración de la tecnología, decisiones que tienen impacto social.

En el estudio de la UNESCO denominado “Me sonrojaría si pudiera”, un asistente de inteligencia artificial no puede sonrojarse, pero el hecho de que no pueda sonrojarse no significa que pueda ser tratado con violencia o con descortesía; el techo de cristal no se ve, pero se siente. “El techo de cristal” es una metáfora vinculada con las altas posiciones en las empresas tecnológicas y con el financiamiento destinado a mujeres en proyectos de ciencia, tecnología e innovación; las mujeres reciben considerablemente menor financiamiento para sus proyectos de investigación, por el solo hecho de ser mujeres.

Según un estudio de la Universidad de Tel Aviv, las niñas reciben peores calificaciones en matemática, cuando quien corrige las identifica, mientras que estas calificaciones mejoran cuando la corrección es ciega. Similares resultados se pudieron observar en otro

estudio, llevado a cabo en Alemania, Austria y Suiza, donde el test realizado era de física y con independencia del género de quién corregía el examen, las calificaciones en género femenino resultaban inferiores.

Tradicionalmente, existe la falsa creencia de que los estudios científicos suponen un mayor nivel de inteligencia, lo cual sumado al sesgo que llevan los niños y las niñas a relacionar el intelecto con la masculinidad, a partir de los seis años, explica una parte del desequilibrio de género en las disciplinas STEM, esto es Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemática.

Definidos en función de género, los estereotipos son una influencia determinante en la toma de decisión de las niñas, desde edad temprana, acerca de sus carreras en el futuro porque se creen inferiores para ese tipo de disciplinas. Los estudios evidencian que las mujeres tienden a recibir menos financiación para investigación, sus currículos son menos valorados, sus artículos se citan con menos frecuencia o las críticas que reciben son mucho menos constructivas y se enfocan en su personalidad, a base de estereotipos de género, entre otras discriminaciones.

El trayecto hacia el techo de cristal, la desigualdad se inicia en la experiencia educativa temprana, a pesar de que, actualmente, hay más niñas escolarizadas que antes, no sacan el mismo provecho que los niños, en la igualdad de oportunidades, para completar y beneficiarse plenamente de los estudios que han escogido.

La diferencia de género en la participación en la educación STEM, en detrimento de las niñas, comienza tempranamente, en los cuidados y la educación en la primera infancia, en los juegos relacionados con las ciencias y la matemática y se hace más evidente en los niveles de educación superior. Hay un rasgo muy importante en la toma de decisiones que es el sesgo de auto selección; es decir, la niña toma voluntariamente -desde la experiencia educativa temprana- la decisión de no dedicarse a carreras científicas, influenciada por el proceso de socialización e ideas estereotipadas acerca de los roles de género. Los estereotipos comunican que las carreras STEM son dominios masculinos y eso es una influencia absolutamente negativa para el interés, el compromiso y el rendimiento de las niñas en estas disciplinas y las desalienta en la continuación de carreras profesionales.

¿Cómo se debería abrir el canal de acceso social y económico de las niñas y las jóvenes, hacia las carreras tecnológicas, en los proyectos científicos, de tecnología e innovación? Se debe romper los estereotipos, cultivar en las niñas desde temprana edad, una mirada distinta sobre su rol social; el alcance de su participación en condiciones de igualdad, el rol modelador del estereotipo para tomar decisiones y la posibilidad de diversificar sus capacidades, para modificar la autopercepción negativa vinculada con el sesgo de auto-selección.

Las mujeres como rol y como referente son un gran estímulo para que las niñas tomen la decisión transformadora en sus vidas de participar y hacer vida, a través de una carrera científica. Se debe dotar a las niñas de referentes, visibilizar el trabajo de científicas, poner en valor la vida y obra de numerosas mujeres, cuyo nombre desconocemos, dotaría de referente a las niñas contribuyendo a su gusto por las ciencias.



4.3. Panel 3: “Mujer y poder en las corporaciones”

- Magíster en Comunicación Periódica y Empresarial por la Universidad Complutense de Madrid- España, doctorante en comunicación por la Universidad de las Comunicaciones de Chile.
- Profesora principal de la Universidad San Francisco de Quito.
- Por más de 18 años y profesora invitada en varias maestrías, pregrados y programas en instituciones como

FLACSO Ecuador, Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador y Universidad Camilo José Cela.

- Ha participado como ponente en varias conferencias, dentro y fuera del Ecuador, sobre comunicación empresarial y política, discursos efectivos para millennials, entre otros.
- Ha formado parte de varios proyectos de desarrollo y consultorías a ONG'S. Además, tiene a su haber varias publicaciones en diferentes libros y revistas.

Los roles de género se siguen extendiendo como normas sociales y expectativas sobre el compartimiento que nosotros esperamos de las personas, entre hombres, mujeres y otras diversidades; estos han ayudado, sobre todo, a reforzar y legitimar patrones de dominación masculina.

Según Sassen, las mujeres que comienzan a tener ingresos y más poder económico, comienzan a tener más control en las decisiones domésticas. Al mismo tiempo, en el momento en que las mujeres comienzan a ganar dinero y a tomar decisiones en la casa y fuera de ella, surge empoderamiento, autonomía, independencia económica y se logra más participación de las mujeres en las comunidades.

Mientras más participación tienen las mujeres en el mundo laboral, mayor poder adquisitivo logran y con eso mejora la salud de las familias, los índices de alfabetización en los pueblos y en las naciones y se revaloriza a la mujer como una fuente de ingresos y una fuente de pensamiento, de ciencia y de temas productivos.

Aunque en la actualidad las mujeres ya no se dedican exclusivamente a las tareas domésticas y cuidado del hogar, todavía tienen dificultades para ingresar en el mercado laboral y siguen siendo relegadas a trabajar en espacios feminizados y estereotipados. Es ahí donde surge este famoso techo de cristal, la barrera invisible, impuesta por los hombres, pero, en muchas ocasiones, por las mismas mujeres que no se sienten capaces de ocupar cierto puesto o alcanzar y determinado objetivo, inicialmente considerado masculino.

En el último estudio de Global Gender Gap Index (aborda temas como la participación económica y oportunidad, acceso a la educación, salud y supervivencia de las mujeres y empoderamiento político), de 2018, a nivel de 149 países, se evidenció que todavía existe un 80% de disparidad en la mayoría de los temas; también, hay varios estudios en los que

confirman que las mujeres tienen menos oportunidades que los hombres, de acceder a un trabajo debido a su género.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible fueron firmados por 150 Estados. El Ecuador es uno de los países comprometidos a abolir las prácticas de discriminación en el empleo.

Oriente Seguros, Unilimpio, Nilsa, Merck, Sempértegui - Ontaneda Abogados, Pacari, Cappeco, Banco Amazonas, Cámara de Industrias de Guayaquil, Chubb Seguros, Consorcio Nobis, Great Place to Work y Pfizer, son 13 empresas de nuestro país primeras en firmar Women's Empowerment Principles (Los principios para el empoderamiento femenino), para promover la igualdad de género desde la dirección y el más alto nivel, velar por la educación, la formación y el desarrollo profesional de las mujeres, entre otros. No obstante, algunas de estas empresas no cuentan con mujeres en su nómina, ni son representadas en rangos directivos. En relación a las brechas salariales, algunas empresas, bajo diferentes justificativos, afirmaron el hecho de que sí existe, tanto a nivel intermedio como en el alto. En cuanto a la motivación a la firma de estos principios, la mayoría manifestó que "es un objetivo global de la empresa", es decir, no viene del Ecuador sino de un mandato para las empresas multinacionales; "están alineados los valores de la empresa, son considerados importantes"; "porque están relacionados a la misión y a la visión de la empresa"; "porque sí quieren aportar al país"; "porque tienen códigos de conducta de igualdad" o "porque se quieren atener a las nuevas tendencias sociales". Luego de la primera entrevista, los principios WEP's fueron firmados por 20 empresas más, en las cuales, sí se observó un porcentaje relativamente equitativo de hombres y mujeres y la mayoría de estas empresas cuentan con un 30% - 50% de mujeres en sus cargos directivos, aunque afirman que lo hacen por reputación, ya que esta genera crecimiento.



4.4. Panel 4:

"Mujeres como generadoras de información, profesionalización"

- Doctora en Jurisprudencia y Abogada en los Tribunales de la República, PUCE; Licenciada en Ciencias de la Información y Especialista Superior en Comunicación Pública de la Ciencia por la Universidad Central del Ecuador.
- Docente en las Universidades Central del Ecuador, Estatal de Cuenca y Técnica del Norte.
- Se desempeñó como presidenta de la Unión Nacional de Periodistas del Ecuador, en el período 2016-2020 y como vicepresidenta en el periodo 2012-2016.

La comunicación es el fenómeno más omnipresente y omnicomprendido que conoce el ser humano. En este sentido, la libertad de expresión es históricamente la mejor herramienta que se conoce para la denuncia, el reclamo y la conquista de derechos.

Existen personas que creen que para ejercer el periodismo y la comunicación no se necesita una formación académica. Este tema sigue siendo un terreno en disputa, muy importante para el trabajo académico. Este cuestionamiento exige una comprensión del periodismo a nivel estructural.

La independencia económica es uno de los factores importantes a considerar. Es uno de los factores que algunos medios del país priorizan sobre los demás. Por ejemplo, al pensar en lo dañino que pueden ser las publicaciones que denigran a la mujer, no se considera que las mujeres o los hombres que están leyendo estas publicaciones, tienen interiorizado desde hace mucho tiempo, todo aquello que hace que estos medios de comunicación puedan operar como un detonante para reforzar los patrones de violencia y abuso contra la mujer.

El periodismo ha tenido una actitud ambivalente frente a las luchas por los derechos de la mujer, en función de su perfil ideológico y como reflejo del contexto cultural e histórico. Existe un sesgo cognitivo o de confirmación del contenido simbólico de los medios, los que remiten a una matriz cultural "dominada por el macho". No hay estructura más difícil de cambiar que la mentalidad humana, y a eso se debe el hecho de que el patriarcado se replica, con una facilidad impresionante porque viene en la formación desde el hogar.

El periodismo, la comunicación se desarrollan en una red de limitaciones de todo tipo, tanto organizacionales como ideológicas, es importante que veamos cuáles son las más difíciles de superar.

En modo de estadística, en el 2007 el 10% de las dirigentes políticas del mundo eran mujeres, hoy son menos del 7%. En el 2019 son menos del 7%, aparentemente estamos avanzando, pero en realidad, en el plano de los derechos de la mujer, se observa un retroceso.

Es importante además señalar, que, en la práctica, el periodismo también requiere de un conjunto de requisitos teóricos, prácticos y fundamentalmente de un ejercicio profesional, cuando se habla sobre derechos humanos y en particular el tema de los derechos de mujeres. Se debe pensar en el periodismo con un compromiso ético, reflejado en todas sus acciones ¿Dónde nace este compromiso ético? Cuando los profesionales salen al ejercicio práctico, ya tienen interiorizado una enorme cantidad de valores o de antivalores, que son los que les permiten replicar los códigos morales y sociales instalados en cada uno de nuestros países y en cada una de nuestras sociedades.

Entonces las prácticas informativas, en el ejercicio de derechos, debemos analizarlas a la luz de estos códigos sociales y normativos, que conforman un ecosistema en donde el periodismo es uno de los elementos que contribuye a construir una agenda pública, dirigida a levantar estos temas y a buscar soluciones en conjunto con la sociedad.

Se observa una discordancia y la falta de correlación entre los avances en derechos de las mujeres a escala internacional. En este sentido, el periodismo está en deuda en cuanto al tratamiento mediático de la información relacionada con las mujeres.

Finalmente, se destaca que, en el tema de la formación y la responsabilidad de la academia en relación a los derechos de mujeres, persiste una enorme deuda. La universidad ecuatoriana no ha asumido este tema con la frontalidad y la profundidad que requiere; las mujeres necesitan de los centros académicos para impulsar la lucha, se necesita de investigaciones que demuestren lo que está pasando, para poder enfrentar el problema y encontrar las vías de solución.



4.5. Panel 5:

“Mujeres como generadoras de información, profesionalización”

- Doctora en Comunicación e Información Contemporánea, Máster en Estudios Latinoamericanos, Licenciada en Comunicación Social.
- Periodista por más de 20 años en temas vinculados a política, seguridad e investigación.
- Trabajó en medios de comunicación tanto nacionales como internacionales.
- Actualmente, es docente de la Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador y colabora en el Portal Criterios Digitales.

Vivir en democracia nos ha permitido tener un contacto natural con los derechos. Por lo menos, sabemos que existen y que con todas las diferencias que hay permite, finalmente, que los vayamos incorporando.

El sistema democrático criticaba ferozmente a la clase política que era incapaz de defender más la democracia, que es la que permite la libertad, la que nos exige a todos que nos veamos a nosotros mismos y a los demás, como seres humanos iguales en donde las minorías, al tiempo que reclaman derechos también deben aceptar responsabilidades y no imponerse a la fuerza, sino lograr una construcción respetuosa de las relaciones, en donde los gobiernos por atender sus pedidos tampoco olviden a la mayoría; en donde el respeto sea de ida y vuelta; es la forma de gobierno donde los grupos que han sido oprimidos, excluidos u olvidados tienen un espacio para alzar la voz y dar muestras de que no se requiere de las mismas prácticas excluyentes para abrirse espacios en la sociedad.

Miles de mujeres por no decir millones, no han necesitado humillar a los hombres, ni a los que hoy se llaman diversidades sexuales, para competir con ellos, para abrirse espacio, para mostrar que son capaces de alcanzar las metas que ellas personalmente se han trazado, aunque en el camino sus propios compañeros de trabajo han puesto las piedras y las dificultades más grandes.

En países donde la democracia no funcione, en donde los medios de comunicación tengan más dificultades de las que actualmente tienen para contar las historias, la protesta de #metoo de las actrices de Hollywood, por los abusos sexuales dentro de la industria cinematográfica, no hubiese sido posible.

La lucha mediante denuncias o lo que denominan “resistencias” es solo un paso y hay que dar otros más. La formación de nuevos ciudadanos requiere de un trabajo diario, desde los espacios en los que nos encontramos, está en simplemente enseñar el respeto frente a lo que nos parece distinto, a lo que no conocemos, a lo que tenemos miedo.

Es valioso complejizar el debate, por ejemplo, al hablar de feminismo multicultural, aquel que plantea que el feminismo al que denominan occidental lo consideran excluyente de las nuevas realidades, promotor del status quo, por lo que se debe hacer un llamado a la resistencia. Esto solo denota una mayor división, porque las mujeres blancas, negras, mestizas, indígenas, cristianas, católicas, musulmana, heterosexual, lesbiana, gorda, flaca, alta o baja o las distintas categorías que se quieren establecer, lo que buscan es respeto, tener una vida digna, poder vivir tranquilamente sin correr riesgos, poder desarrollarse, ser complemento con las demás personas, con los demás seres humanos.

5. Mesas de trabajo

5.1. Violencia contra las mujeres y el tratamiento de la información

Coordinación de la mesa técnica

- Jone Bilbao, UNESCO
- Fran Molina, Consejo de Comunicación

Síntesis

La Ley para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres define como violencia simbólica a “toda conducta que, a través de la producción y reproducción de mensajes, valores, símbolos, íconos, signos e imposiciones de género, sociales y económicas, políticas, culturas y de creencias religiosas, transmiten, reproducen y consolidan relación de dominación, exclusión, desigualdad y discriminación, naturalizando la subordinación de las mujeres”. Dicha violencia puede presentarse en medios de comunicación, y estos, al ser agentes socializadores, inciden directamente en los imaginarios que se construyen sobre las mujeres, a través de su representación.

Frente a ello, la Ley Orgánica de Comunicación, junto a otros instrumentos de protección de derecho, establecen pautas para garantizar la no discriminación y el respeto en diversos ámbitos. Sin embargo, persisten elementos que contribuyen a sostener relaciones asimétricas de poder, propias de una sociedad patriarcal.

Ejes temáticos

- Calidad de contenidos desde el cumplimiento de los derechos en los medios de comunicación.
- Estrategias para el tratamiento adecuado de la información sobre las mujeres, sobre todo, para evitar la revictimización de aquellas que se encuentren en situaciones críticas.
- Responsabilidad de las audiencias.

Objetivo

Reflexionar acerca del tratamiento adecuado de la información relacionada a las mujeres, en especial, de aquellas víctimas de violencia y establecer algunas alternativas, desde los medios de comunicación y las audiencias, para mejorar la calidad de contenidos en función del cumplimiento de los derechos a la comunicación.

Preguntas y reflexiones

¿Existen procesos de revictimización de las mujeres en situaciones críticas en la información que se presenta en los medios de comunicación?

- Definitivamente sí; y los medios de comunicación revictimizan a las mujeres y no se va más allá, no se investiga. Por ejemplo, en los temas relacionados a los aspectos interculturales: se eligen titulares sin investigar ni profundizar en las costumbres de las comunidades. En algunos casos, el titular ridiculiza a la mujer, y cuando se trata de una mujer de pueblos y nacionalidades, esta situación se observa en mayor medida. Los medios estereotipan a la mujer, y en consecuencia la sociedad naturaliza y reproduce.
- Se debe dejar de lado las interpretaciones referentes a las mujeres afrodescendientes, indígenas, montuvias. Los medios deben promover que se expresen con voz propia. Se debe cambiar las estructuras mentales. Esto se logra con voluntad política y social.

La voluntad para cambiar las estructuras mentales, ¿sobre quién recae?

- El sistema educativo es fundamental. Es necesario enseñar a las niñas y a los niños, desde que ingresan a la escuela, a respetar al otro. Si no se les enseña la igualdad entre los hombres y las mujeres, no se podrá avanzar como sociedad. Es necesario que las mujeres cuenten con herramientas para que se desarrollen como seres humanos valiosos.
- La responsabilidad recae sobre comunicadores, periodistas, generadores de noticias. Muchas veces la capacitación que organizan los medios se da en las esferas superiores. En el proceso de construcción de noticias se laceran muchos valores por pedido del jefe inmediato superior, por conseguir información. Esto se produce por la falta de capacitación de los trabajadores de los medios de comunicación y la toma de conciencia de los mandos medios, de los editores. En ese proceso tan insensible, la responsabilidad recae sobre el periodista que, en ocasiones, no conoce sobre los derechos del otro.
- La responsabilidad está en tres niveles: educación básica, educación superior y la voluntad política en relación al tratamiento mediático. En las mallas curriculares de las carreras de comunicación y periodismo no existe una materia que implique la pers-

pectiva de género o derechos humanos para redactar noticias. Si no existe voluntad política para tratar este tipo de temas no se lo va a hacer.

- Existe una corresponsabilidad de las familias, del sistema educativo, del sistema político en la sociedad en general. Si existen personas que consumen el contenido que vulnera los derechos, los medios de comunicación seguirán produciéndolo. Si no logramos cambiar estos patrones socioculturales que reproducen los estereotipos de género, no se va a lograr el cambio.

¿En qué consiste la revictimización en los medios de comunicación?

“Ahora tenemos nuevos medios que son los medios digitales, las redes sociales. Cada vez que alguien nos molesta, debemos decirlo y no publicarlo porque eso genera revictimización, inseguridad, debemos hacer ese cambio: volvernos fuertes y reclamar el acoso que sufrimos”. (Lisbeth)

¿El publicarlo todo en redes sociales, invalida las denuncias de acoso?

Depende de cómo se efectúa: si es para volverse una heroína y publicarlo, está muy mal. Pero, si sirve como ejemplo de cómo se pueden contrarrestar estos males que nos agobian, fortaleciéndonos, es adecuado. De esta forma, otras mujeres podrán tomarlo como herramienta frente a las agresiones.

Conclusiones y recomendaciones

- Es necesario orientar a las carreras de periodismo y comunicación en la educación con enfoque de género y derechos humanos para el tratamiento informativo.
- Profundizar y buscar soluciones frente a estas problemáticas para impulsar cambios que permitan que la comunicación y los medios busquen alternativas y herramientas para que podamos entender la violencia e incidir en la forma de actuar para erradicarla.
- Cambiar la perspectiva del manejo de la información, dar seguimiento a los casos y plasmarlo en el contenido mediático.
- Se debe cambiar la mentalidad a las niñas y a los niños desde una temprana edad para cuestionar, desde una perspectiva crítica, los postulados, los mensajes, los patrones que nos imponen a partir de los grandes medios y el poder.
- Las mujeres deben conocer sus derechos y las herramientas para denunciar abusos, agresiones y violencias. Los medios son clave para este proceso pedagógico.
- Es necesario aprender el manejo responsable de las redes sociales para no replicar las mismas lógicas del mercado que instrumentalizan el morbo y el miedo a través del sensacionalismo, el morbo y la espectacularización.
- Crear organizaciones de periodistas y medios libres para poder escapar de las lógicas del mercado marcadas por la espectacularización de los hechos, el morbo, la incitación al odio y al estigma, la lectura superficial y acrítica de los fenómenos que derivan de problemáticas históricas y estructurales; y trazar nuevas vías y principios basados en la responsabilidad social, en la autonomía ética, partiendo de un fin pedagógico y transformador, inherente al enfoque de derechos humanos y de género.

5.2. Mujeres, interculturalidad y comunicación

Coordinación de la mesa técnica

- María Fernanda Paredes, Universidad San Francisco de Quito (USFQ)
- Lorena Ortiz, Consejo de Comunicación

Síntesis

El derecho a la comunicación con enfoque intercultural está contemplado en la Constitución del Ecuador e instrumentos nacionales e internacionales. La Ley Orgánica de Comunicación, en su artículo 14, determina que el Estado, a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación, promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades. En los artículos 30 y 45 de la misma normativa se establece que el fortalecimiento de derechos interculturales, igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales, priorizando la voz a los sectores tradicionalmente excluidos. En la Ley para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres, en el artículo 7, se reconoce la existencia de las distintas comunidades, pueblos y nacionalidades, que integran el Estado, respetando todas aquellas expresiones en los diversos contextos culturales. Bajo este enfoque, no se aceptan prácticas discriminatorias que favorezcan la violencia.

Ejes temáticos

- Principio de la interculturalidad.
- Papel de la comunicación en relación a las mujeres e interculturalidad.

Objetivo

Proponer alternativas para incluir un enfoque intercultural en relación a las mujeres y a la comunicación, tanto en el manejo de la información como su participación en esta esfera.

Preguntas y reflexiones

¿Es necesario generar herramientas para el tratamiento de la información de las mujeres pertenecientes a pueblos y nacionalidades? ¿Cómo se ven representadas las mujeres en los medios de comunicación?

- La comunicación social, el periodismo constituye una herramienta básica, elemental que ayuda en la co-construcción de una sociedad más igualitaria. Si el periodismo no está de la mano con este proceso de co-entenderla o de co-construirla esta nueva sociedad, no se puede avanzar. Los medios de comunicación, a través de la información proporcionada a nivel público, inciden en la forma de pensar, en la conciencia colectiva. Debería construirse una herramienta que permita a los comunicadores sociales a entender a las mujeres de diversas culturas, para que tengan un criterio real y usar términos apropiados, un lenguaje adecuado y positivo para identificar a los pueblos y nacionalidades.

- Existe falta de conocimiento para generar una igualdad verdadera en la construcción de la comunicación social en el Ecuador.
- Se debe crear una herramienta que permita romper estereotipos, con una reestructura epistémica para generar igualdad y un trato respetuoso a las mujeres de pueblos y nacionalidades. Los medios como motores educativos deberían generar mecanismos en el tratamiento informativo con énfase de derechos.
- No existen espacios en medios de comunicación donde las mujeres de las comunidades puedan exponer su cultura, sus realidades. Deberían haber oportunidades para que las personas de pueblos y nacionalidades, todos, tengan acceso a los medios de comunicación y puedan contar su propia historia. Eso expandiría el pensamiento de la sociedad.
- La interculturalidad la conformamos todas y todos, no solamente los pueblos y las nacionalidades indígenas, sino toda la diversidad, porque al remitirnos solamente a los pueblos y a las nacionalidades indígenas, afros, o montubios, estamos generando un proceso de exclusión. Debería haber una herramienta para poder conectar este proceso de diálogo, de una ética de diálogo, en simetría de condiciones, en donde haya la horizontalidad y la posibilidad de intercambiar aquellas concepciones de vida de cada uno, con unos presupuestos mínimos que nos permitan una convivencia armoniosa. No son las mismas necesidades de los pueblos y nacionalidades porque existen condiciones estructurales históricas que han marcado unas diferencias. Dentro de las herramientas pensadas en términos epistemológicos, debe existir un diálogo, donde cada uno pueda aportar.
- Es importante abordar la interculturalidad desde la comunicación. La inclusión de la interculturalidad proviene de los grupos históricamente desplazados. Una lucha que se gana en la Asamblea Constituyente en la inclusión de la interculturalidad dentro de los contenidos de los medios de comunicación.
- Al desarrollar estas propuestas, se debe brindar capacitaciones, herramientas técnicas, pero con la libertad de que las comunidades las apliquen a sus contextos.
- Es necesaria la transversalización de la comunicación. Es necesaria la construcción de una política que va más allá del 5% de la interculturalidad. Es necesario un re-aprendizaje sobre lo que históricamente se ha conocido sobre pueblos y nacionalidades, se debería plantear una mirada propia de los pueblos y nacionalidades.

¿Es necesario generar herramientas especializadas para la profesionalización de mujeres pertenecientes a pueblos y nacionalidades? ¿Cuáles serían estas herramientas?

- Es necesario conocerse a sí mismo para generar diálogos en igualdad de condiciones, para la transmisión de saberes y conocimientos; es necesario generar procesos de sentido de pertenencia.
- Es importante y necesario incluir e implementar la etnoeducación dentro de la malla curricular, para que la sociedad conozca la historia.
- Es necesario estar conscientes de las desigualdades que los pueblos y nacionalidades tienen en la comunicación, para buscar herramientas que procuren igualar las condiciones de profesionalización de las mujeres. Debe darse la oportunidad de que compartan los saberes no solamente en los pueblos y nacionalidades, sino con toda la sociedad, para enriquecer la educación.

Conclusiones y recomendaciones

- Para que la interculturalidad se viva plenamente, debe haber equidad, una relación horizontal. Históricamente, los pueblos y nacionalidades han sido invisibilizados en algunas áreas, y la comunicación es una de ellas. Las comunidades deben ser incluidas para su participación activa en la comunicación, para que puedan expresarse con voz propia.
- Es importante que los pueblos y nacionalidades se conozcan a sí mismos para la transmisión de saberes y conocimientos; generar procesos de sentido de pertenencia en las personas de pueblos y nacionalidades para que compartan con el resto de la sociedad. La etnoeducación debe ser considerada dentro de la malla curricular para que la sociedad conozca la historia de los pueblos y nacionalidades indígenas.
- No existen muchos espacios en medios de comunicación donde las mujeres de las comunidades puedan exponer su cultura, sus realidades.
- Los medios de comunicación, como motores educativos, deberían crear herramientas que promuevan un trato igualitario entre todos, que orienten a los comunicadores para entender a los otros; herramientas que rompan estereotipos, con una reestructura epistémica para generar igualdad y un trato respetuoso a las mujeres de pueblos y nacionalidades.

5.3. Mujeres y Profesionalización

Coordinación de la mesa técnica

- Gustavo Valencia, Consejo de Comunicación
- María José Enríquez, Universidad San Francisco de Quito (USFQ)

Síntesis

Los roles tradicionales y estereotipos de género influyen en el entorno laboral que se ha visto segregado. Los derechos de las mujeres trabajadoras se han limitado, incurriendo en categorizaciones y desvalorizaciones directas e indirectas que afectan a su desarrollo profesional. A pesar de que la sociedad está cada vez más consciente de estos estereotipos, todavía muchos conviven en nuestro entorno sociolaboral. Aunque se han producido muchos avances, las mujeres aún siguen situándose en posiciones inferiores, a pesar de estar igual de preparadas y de tener las mismas habilidades que los hombres.

Ejes temáticos

- Estereotipos de género y comunicación.
- Desafíos que enfrentan las mujeres en el ámbito laboral.

Objetivo

Abrir un espacio de discusión sobre los desafíos que enfrentan las mujeres en el ámbito laboral por el hecho de ser mujeres y reflexionar acerca de la responsabilidad de las distintas estructuras sociales para encontrar posibles soluciones al problema.

Preguntas y reflexiones

¿En qué te ves trabajando?

- “No soy comunicadora, soy diseñadora gráfica en comunicación. Creo que, en esta época, las mujeres podemos destacar mucho más, tal como los hombres. No percibo una limitación por ser mujer. Me veo en unos años con mi propio taller de diseño. Mi desafío pueden ser los estereotipos que existen. El diseño gráfico no es cuestión solo de hombres. No por ser hombre tienes una preferencia. Luna Lunares es una diseñadora destacada, mujer, referente. En la sala de clases de diseño hay más mujeres que hombres”. (Natasha)
- “Estudí Ingeniería Electrónica. Todos tenemos la posibilidad de entrar a las redes sociales y diseñar nuestra propia marca sin importar si es hombre o mujer. Depende de cada persona. Nuestro reto en esto sería investigar el mercado, buscar algo que nos apasione. Para escalar en el ámbito de profesionalización, cada uno de nosotros debe tener algo específico con lo que podamos aportar a la sociedad”. (Anónimo)
- Existe un problema que proviene del ámbito de la investigación: todos los autores son hombres, no hay mujeres autoras. En la competencia laboral, el hombre se ve favorecido porque implica menos gastos para la empresa, a pesar de que la mujer pueda estar más capacitada.
- “En la carrera “Interactividad y multimedia” que yo estudio hay solo dos mujeres. Es complicado porque a las mujeres nos entregan la parte de diseño, no lo de programación en sí. Es difícil estar en un mundo de hombres. Mi desafío es ser reconocida”. (Renata Hidalgo)
- El desafío es cambiar la mentalidad para que entendamos que hombres y mujeres tenemos la misma capacidad.
- El estereotipo de la mujer sensible puede ser un obstáculo.
- “Si una mujer nace con una aptitud para la matemática, ella puede ser buena ingeniera y buena hablando, también. En realidad, existen ciertos niveles de la parte evolutiva, pero no es una barrera que predetermine a las personas en función de su sexo”. (Caroline)
- “A lo largo de mi carrera profesional, he enfrentado muchos desafíos. Si nos fijamos a nivel general, en las áreas directivas, hay más hombres que mujeres. Yo empecé mi trabajo de periodista en un periódico, haciendo reportería. Luego, fui la editora de la sección de ciencia y tecnología y sí, sentía que debía demostrar que podía hacerlo. Coincido con lo que mencionaban hace un momento: en las reuniones de editores, por ejemplo, cuando las mujeres proponían temas o daban su punto de vista, no éramos tomadas muy en serio, nos tocaba demostrar más, esforzarnos el doble. La maternidad, también, es vista como un obstáculo. Todavía hay lugares en los que te preguntan, para acceder a un trabajo, si eres casada, si vas a tener hijos, que son asuntos que a un hombre no le preguntan”. (María Fernanda)

¿Cómo deben adaptarse los ambientes laborales para potenciar la profesionalización de la mujer?

- No necesariamente desde la psicología, sino desde la cultura, se debe trabajar desde la infancia para que todos podamos expresar nuestras ideas con respeto.
- Algunas empresas buscan alternativas inclusivas para el reclutamiento. Por ejemplo, solicitan a los aspirantes no indicar su edad, sexo e incluso, omitir, la foto.

¿Cómo contribuye la profesionalización de las mujeres para asumir cargos en la producción de información?

- La profesionalización de las mujeres contribuye mucho. Al acceder a ciertos espacios, las mujeres podrían generar redes de solidaridad para apoyarse unas a otras. El requisito desde las bases es la educación. La educación contribuye a que las personas tengan las mismas posibilidades. Todos tenemos acceso a la información, pero no todos tenemos la posibilidad de acceder a la misma información.
- En las carreras de comunicación se imparten clases teóricas que incentivan una teoría crítica. Es necesario fomentar más materias de humanidades, incluso en las carreras dedicadas a las ciencias exactas.

Conclusiones y recomendaciones

- En el ámbito laboral existen muchas barreras para las mujeres y, en general, a las personas recién graduadas de la universidad, les exigen muchos años de experiencia.
- Las mujeres debe romper los estigmas existentes, tanto en los medios de comunicación como en cualquier espacio en el que se desarrollen.
- Las mujeres deberíamos perder el miedo y demostrar que somos capaces de realizar cualquier cosa que nos propongamos.
- El mayor desafío es cambiar la mentalidad, no de las mujeres, sino de la sociedad en general. Tenemos la capacidad y somos capaces de demostrar eso, pero necesitamos los espacios y para ello hace falta cambiar la mentalidad.
- Para cambiar la idea que tenemos como sociedad debemos empezar desde las bases. Necesitamos exigir educación, buscar más referentes femeninos para alejarnos de una educación machista.
- Es necesario enlazar el tema de la academia y la vida laboral en sí.
- Nosotros, como carrera de Comunicación, estamos acercados a la realidad. El simple hecho de que ellos te presenten un proyecto y tú le digas que está bien, pero que puedes mejorar.

5.4. Mujer en la academia e investigación

Coordinación de la mesa técnica

- Paolo Muñoz, Universidad San Francisco de Quito (USFQ)
- Cristina Lara, Consejo de Comunicación

Síntesis

Según cifras publicadas por la Senescyt, en el 2017, solo el 18% de mujeres tenían rectorías en universidades y la mayoría de cargos subalternos son ocupados por mujeres. Apenas un 30% de docentes del Sistema de Educación Superior son PhD y representan el 45% de las personas que trabajan en la investigación a escala nacional. No existen datos oficiales actualizados que den cuenta de la cantidad que pertenece al ámbito específico de la comunicación.

La Ley Orgánica de Comunicación reformada contempla la obligatoriedad de que quienes se desempeñan en actividades periodísticas deben ser profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de programas especializados o programas en lenguas de pueblos y nacionalidades en medios comunitarios.

Ejes temáticos

- Estrategias para impulsar la presencia de las mujeres en el ámbito de la comunicación.
- Participación de las mujeres en medios de comunicación, en cargos directivos, docencia e investigación como alternativa del desarrollo del sector.

Objetivo

Analizar la situación actual de las mujeres en la academia y en la comunicación, para establecer necesidades y estrategias que impulsen su participación en la investigación en el sector.

Preguntas y reflexiones

¿La academia promueve la participación de las mujeres en el ámbito de la comunicación desde la investigación?

- Desde la academia, el énfasis está en la investigación en el ámbito de la comunicación. Sin embargo, no existe difusión de este tipo de contenido o es insuficiente: es necesario que se implementen estrategias de difusión a nivel ciudadano.
- Desde la perspectiva de la investigación en la comunicación, hemos quedado rezagados, no se hace investigación periodística.
- Todas las universidades deben tener un enfoque social, y que la formación sea amplia para que evalúen y analicen lo que se presenta en los medios de comunicación". Los estudiantes de las carreras de comunicación y periodismo deben participar en los procesos sociales del país, porque ahí se van a enterar de lo que sucede con total autonomía y criticidad.
- En la actualidad, en las carreras de comunicación, aún persisten prácticas discriminatorias basadas en los estereotipos socioculturales.
- "Creo que la academia y la investigación son el punto de partida y abren puertas a los grupos que han sido vulnerados por los medios de comunicación. Ahora, las mujeres pueden predominar en el campo investigativo. Los medios de comunicación grandes tienen sus intereses debido a que tienen audiencia. La investigación académica permitirá que llegue el cambio digital (podcasts, blogs) sin ataduras políticas ni económicas; ya es hora de que exista cambio en el control de aquello que se difunde. Deben surgir nuevos medios, más honestos en un ambiente equitativo". (Gerónimo)
- Aunque la academia otorga las herramientas para que las mujeres se desarrollen en el campo investigativo, el nivel de aceptación de los trabajos realizados por las mujeres no se iguala con el nivel de aceptación de los trabajos presentados por los hombres. Asimismo, existe diferenciación en el trato hasta la experiencia en el trabajo. Cabe señalar, que en muchas ocasiones estas prácticas vienen desde las mujeres.

¿Cuáles serían algunas estrategias para promover la participación de las mujeres en los espacios académicos relacionados a la comunicación?

- Es necesario crear mecanismos que permitan una mayor presencia de las mujeres en el ámbito académico. Las mujeres no participan porque no son contratadas, tienen dificultades en el espacio laboral; se sienten amenazadas por los hombres. Es la academia la que debe abrir más espacios para mujeres, más oportunidades.
- Debe existir un salario equitativo entre las mujeres y los hombres.
- Implementar proyectos para incrementar el acceso y mejorar la calidad de la capacitación profesional que se brinda a las mujeres.
- “Se deberían crear espacios de diálogo y talleres para vernos como un equipo, para trabajar en equipo y practicar la sororidad”. (Andrea Trujillo)

Conclusiones y recomendaciones

- En los últimos años, las mujeres profesionales, su desempeño en la academia, sus motivaciones y experiencias laborales, familiares y personales son objeto de investigación. No obstante, aún no se presta suficiente atención a esta temática.
- Uno de los aspectos a destacar en cuanto al trabajo de las mujeres en la academia es su desigual participación con relación a los hombres en los cargos jerárquicos.
- Es urgente implementar una política que incorpore como marco de referencia un conocimiento de los problemas sociales y económicos de América Latina, conjuntamente con información y debate sobre las dificultades específicas que enfrentan las mujeres en este contexto y los modos de superarlas.
- La inclusión de la mujer en todos los ámbitos sociales es una gran deuda en la política pública. La educación es el pilar fundamental para promover la participación de las mujeres en los espacios académicos relacionados con la comunicación.

5.5. Audiencias críticas

Coordinación de la mesa técnica

- Mayra Fárez, Consejo de Comunicación
- María Belén Cuesta, Consejo de Comunicación

Síntesis

Los medios de comunicación, como una de las instancias de socialización, contribuyen a promover y fomentar imágenes de mujeres ajustadas a los estereotipos de género femeninos y masculinos. En muchas ocasiones, los medios encasillan a las mujeres dentro del ámbito de lo afectivo o lo emocional, con características, atributos o rasgos como ternura, obediencia, pasividad, entre otros. A los hombres, en cambio se les ubica en el campo racional, con características y atributos como control, inteligencia, asertividad, agresión.

Por otra parte, se debe considerar el modelo de la recepción crítica activa de los medios que determina a las audiencias como “entes activos capaces de crear, recrear, significar y resignificar la información que reciben”.

La formación de audiencias críticas debe ser pensada desde la perspectiva de la erradicación de los estereotipos de género que se reproducen a través de los medios de comunicación.

Ejes temáticos

- Enfoque de género en la formación de audiencias críticas.
- Agenda mediática, libertad de expresión y las audiencias.

Objetivo

Reflexionar acerca del papel de las audiencias críticas frente a la calidad de contenidos que reproducen sistemas de violencia contra las mujeres.

Preguntas y reflexiones

¿Qué entendemos por audiencias críticas en el marco de la libertad de expresión?

- La Real Academia de la Lengua entiende como audiencias a todo público, que atiende los programas de radio y televisión o que asiste a un acto o espectáculo. Espectadores que consumen diversos contenidos comunicacionales, que transmiten los medios de comunicación.
- Marisa Rigo, investigadora de la Universidad Nacional de la Plata, sostiene que las audiencias no son pasivas, sino que son activas. Una persona que está frente al televisor, procesa la información; es decir, lo que está mirando tiene un significado para ella; el receptor toma una postura sobre lo que observa en los medios, no es indiferente. La persona que está frente a la pantalla del televisor posee conocimientos previos. Un bagaje cultural que le permite decodificar lo que se transmite en la televisión.
- En toda sociedad hace falta una audiencia crítica que permita a los ciudadanos decir y debatir con los medios de comunicación.
- Como consumidores se deben exigir contenidos de calidad a los medios de comunicación.

¿Cuál es el rol de las audiencias críticas frente a la calidad de contenidos que reproducen sistemas de violencia contra la mujer?

- Se deben crear estrategias para que la ciudadanía se convierta en una contraparte de peso y, de esta manera, exista una reflexión sobre el contenido que emiten los medios de comunicación o de cómo responder a temas coyunturales en relación con esos contenidos.
- Las audiencias críticas deben funcionar no solamente a través de quejas y denuncias, sino crear propuestas de contenido, según su criterio. Esto debería ser parte de las responsabilidades de las audiencias críticas, como también el hecho de investigar las diferentes fuentes de información para crear su propia visión sustentada y estar siempre informados sobre los temas coyunturales que formula la agenda mediática en el país.
- En relación al manejo comunicacional de los contenidos sobre femicidios, violencia hacia las mujeres, los medios de comunicación, frecuentemente, caen en la revictimización de las mujeres, buscando el espectáculo y el rating. El tratamiento mediático de estos temas debe ser manejado de manera delicada, sin espectacularización ni sensacionalismo.

- El rol de las audiencias en los casos de revictimización de las mujeres es importante. En este sentido, existen dos factores a considerar: la audiencia que consume estas noticias y los medios de comunicación que son quienes las presentan. Si las audiencias dejan de consumir este tipo de contenidos no habrá demanda y los medios tendrán que adaptarse al “mercado” y a otros gustos de sus espectadores, oyentes y lectores. Es ahí, donde entra en juego el factor de la educación.
- Otro aspecto a considerar es el privilegio de tener acceso a la información, con el que, evidentemente, no todos cuentan. Hay muchas personas con mayores recursos que pueden elegir el tipo de contenidos, pero también hay muchos que tienen acceso únicamente a la radio y a la televisión de señal abierta y, a diario, consumen contenidos estereotipados, con temas de violencia y discriminación.
- “Además de dejar de consumir contenidos que no son de calidad, también, podemos guiar hacia el consumo de contenido de calidad y generar buen contenido, en contra del contenido mal manejado, tanto en la forma como en fondo. Hacer contrapuestas”. (Josué)

¿Cuáles serían los mecanismos para la formación y participación de las audiencias críticas?

- Uno de los problemas en cuanto a la indiferencia de las personas con problemas ajenos es justamente ese: son ajenos. Las personas no comprenden la realidad de otros a menos que lo vivan en carne propia que, evidentemente, no es la mejor forma de aprender.
- “El problema es la gente y su cultura”. (Mateo)
- A pesar de la voluntad de muchas personas de actuar como audiencias críticas, las mejoras solo podrán verse cuando se de un cambio estructural en la sociedad.
- El poder económico dicta las tendencias. Si las audiencias se ven afectadas por una noticia va a haber una audiencia. Desde el movimiento de mujeres se puede analizar si el contenido violenta derechos, discutir entre todas y delegar a alguien para esa audiencia.
- El tema de las audiencias críticas se debe reforzar desde la academia y no solamente en carreras de comunicación y periodismo, sino en las mallas curriculares en el sentido de cultura general. Como también se puede generar un cambio desde los espacios de la comunicación, la publicidad, el diseño.

6. Reflexiones finales

El foro “Mujeres en la Academia. Profesionalización y comunicación” fue un espacio de reflexión y debate propositivos, gracias al aporte de ponentes y participantes quienes, desde su diversidad humana y experiencia, generaron ideas prácticas para ejercer la libertad de expresión con enfoque de género.

Se coincidió en la importancia de fortalecer la academia como fuente de oportunidades para que las mujeres puedan enfrentar el sistema patriarcal. A su vez, se consideró fundamental trabajar en la responsabilidad, entre los distintos actores de la comunicación, para la generación de información sin discriminación ni violencia: una tarea que involucra las distintas instancias sociales, empezando por la familia.

La labor está en erradicar y prevenir la desigualdad de género, los estereotipos, la revictimización, la objetivación y cualquier representación de machismo. Es ahí donde el uso de lenguaje positivo, la visibilización, la participación en esferas académicas y gerenciales, la profesionalización, la socialización de nuevas masculinidades, entre otras alternativas, deben incluirse como parte de la comunicación, en todas sus formas.

Es imprescindible, además, reconocer a las mujeres que han aportado en el proceso para mejorar la calidad de los contenidos como generadoras de ideas, protagonistas y responsables del quehacer informativo. Así también, propender a contar con audiencias críticas que apoyen en este fin.

El Consejo de Comunicación, desde sus atribuciones, tendrá presente los aportes de este Foro como motivación y base para nuevas acciones que sumen a una agenda nacional y mundial, que instale las preocupaciones de las mujeres como prioridad, a través del ejercicio pleno de los derechos a la comunicación e información.



Consejo de
Comunicación

Libertad de expresión y derechos

FORO
Mujeres

EN LA ACADEMIA

Profesionalización
y comunicación



Consejo de
Comunicación

Libertad de expresión y derechos