

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 57, MARZO, 1997

Director

Adrián de la Torre

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Edgar Jaramillo Salas

Nelson Dávila Villagómez

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente,

Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador.

Presidente Alterno

Washington Bonilla,
AER

Mario Jaramillo

Ministro de Educación y Cultura

Patricio Palacios,

Min. Relaciones Exteriores.

Héctor Espín, UNP.

Cunsuelo Feraud, UNESCO.

León Roldós, Universidad Estatal de
Guayaquil.

Edgar Jaramillo Salas,

FENAPE.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez J.

Corrección de estilo

Lucía Lemos

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

Portada y contraportada

Jaime Zapata

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

Telf. 506 149, 544-624.

Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec

Registro M.I.T., S.P.I.027

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de la revista. Se permite su reproducción, siempre y cuando se cite la fuente y se envíen dos ejemplares a Chasqui

NOTA A LOS LECTORES

Las mujeres son "invisibles" para los medios, salvo cuando son afectadas por accidentes, desastres y crímenes, o cuando son protagonistas del entretenimiento y de las notas sociales. A esta conclusión llegó Media-Watch, organización canadiense que el 18 de enero de 1995 realizó un monitoreo de medios de comunicación, en 71 países de los 5 continentes. Aunque este estudio reconoció un incremento de la presencia femenina en las salas de redacción (el 43% de los periodistas son mujeres), los estereotipos y discriminación sexista prevalece en la organización y en los contenidos mediáticos; por ejemplo, la mayoría de las periodistas cubren información considerada "adicional" y todavía las mujeres son marginales en la información: apenas un 17% de los protagonistas de las noticias publicadas aquel día fueron mujeres. Si consideramos que los medios son "el espacio público por excelencia" y que al insertarse en ellos se adquiere la masividad y "visibilidad" necesarias para legitimar posiciones en la sociedad, evidenciaremos la importancia que estos tienen en la lucha de los movimientos sociales, particularmente los feministas. En este sentido, en los últimos años se han desarrollado experiencias que han respondido exitosamente a los desafíos que plantea la comunicación y sus medios para "el fortalecimiento de la participación consciente y organizada de las mujeres, desde la perspectiva de género y de la diversidad". En **Sociedad, mujer y comunicación** entregamos novedosos aportes teóricos en torno a esta importante problemática, propuestas para incorporar la perspectiva de género en las políticas y estrategias de comunicación y el testimonio de experiencias en comunicación y uso de medios que, desde la perspectiva de la mujer, han orientado sus esfuerzos para democratizar, descentralizar y hacer más participativos los espacios comunicacionales. Chasqui agradece la colaboración de Alexandra Ayala para la elaboración de este módulo.

Desde que, en 1896, May Irwin y John C. Rice se besaron por primera vez ante una cámara de cine y, no obstante la candorosa e inocencia de su beso, provocaron un escándalo; hasta la profusión de senos y muslos que invaden el marketing, y la conspicua obscenidad que contamina inclusive la política; mucha agua ha pasado bajo el puente que une **Erotismo, pornografía y medios**. Si bien la distinción entre los dos primeros es inasible y difusa, hay algunos enfoques que establecen diametrales diferencias: mientras la pornografía es demostrativa, apela al espectáculo, se caracteriza por ser unidimensional, antiestética, primaria, grosera, "es la indecencia en sí misma"; por el contrario, el erotismo es imaginativo, apela al cerebro, se caracteriza por ser alusivo, simbólico, basado en la creación artística, es "una pasión pletórica de todos los sentidos". Sin embargo, hay autores como Gabriel Careaga que consideran a la pornografía "como un medio para descargar las tensiones sexuales por medio de la fantasía visual" y nos recuerda que la legalización de ella determinó una reducción del índice de criminalidad sexual en Dinamarca y Suecia. De todas formas, el sexo en cualquiera de sus expresiones (erotismo, pornografía, obscenidad) ha sido y es un negocio multimillonario y el pretexto para que los inefables censores, amparados en una moralidad dudosa, adopten medidas estúpidas, tal el caso del Código Hayes que en los años 40, en contubernio con el deleznable "macartismo", reglamentó la producción cinematográfica; entre otras medidas, obligó a maquillar el trasero de los monos a fin de que no parecieran pelados; así se confirma que "el erotismo -dice Jorge Enrique Adoum, quien trae a colación lo de aquel código- es una actividad asociada al refinamiento intelectual y afectivo, lo demuestra el hecho de que quedan excluidos de él los imbéciles y los ignorantes". En este segundo módulo, Chasqui ofrece distintas aproximaciones a este polémico tema y el análisis de dos experiencias interesantes: la una sobre la radio erótica que busca recrear "el prohibido sonido del placer" y, la otra, sobre algo *Sui Generis*, una revista brasileña para el "tercer sexo", caso inédito que rompiendo tabúes aparece para satisfacer los requerimientos informativos de los homosexuales de Brasil.



SOCIEDAD, MUJER Y COMUNICACION

No obstante los avances de la causa feminista, todavía perduran estereotipos y discrimenes en la organización y contenidos mediáticos. Aquí, análisis, propuestas y experiencias.

- 4 Género, mujer y comunicación
Alexandra Ayala
- 8 Democracia, mujer y comunicación
Dafne Sabanes Plou
- 11 El enfoque de género en los medios
Hernán Reyes Aguinaga
- 16 Lenguaje y discriminación femenina
Alberto Pereira
- 19 Mujeres en Internet
Sally Burch
- 22 Con el alma en el cuerpo
Claudio Bardelli

- 24 La comunicación de género en ALAI
Irene León
- 27 Fempress: una estrategia de comunicación para la mujer
Adriana Santa Cruz
- 30 Enredadas: red de mujeres de AMARC
Tachi Arriola
- 33 Ecuador: Red de mujeres en comunicación
Magdalena Adoum



EROTISMO, PORNOGRAFIA Y MEDIOS

Mientras la pornografía es definida como "la indecencia en sí misma", el erotismo sería "una actividad asociada al refinamiento intelectual y afectivo". Sin embargo, hay quienes consideran que la primera tiene como aspecto positivo "descargar las

tensiones sexuales". En cualquier caso, los medios han sido y son el escenario privilegiado de estas expresiones sexuales.

- 36 Entre el erotismo y la pornografía
Edmundo Ribadeneira
- 40 Erotismo: consideraciones generales
Sergio Inestrosa
- 43 Otra vez la censura, otra vez el erotismo
Jorge Enrique Adoum
- 47 Erotismo, pornografía y cine
José Rojas Bez
- 51 Eros visitando La Luna
Iris Disse
- 55 Brasil: periodismo para el tercer sexo
Valmir Costa





59 El mercado audiovisual latinoamericano
Octavio Getino

64 La información exterior en América Latina
Eleazar Díaz Rangel

68 Tumbas de papel
Estela Schindel

72 La ciencia como cultura
Manuel Calvo Hernando

75 Variedades de la luz y del abandono
Christian Ferrer

78 Una carpintería para periodistas
Jaime Abello B.

IDIOMA Y ESTILO

81 El periodista y la "a"
Hernán Rodríguez Castelo

84 Lenguaje científico y divulgación
Manuel Calvo Hernando

87 NOTICIAS

89 ACTIVIDADES DE CIESPAL

91 RESEÑAS



NUESTRA PORTADA

Ruth. Acuarela. 83,5 x 69 cm

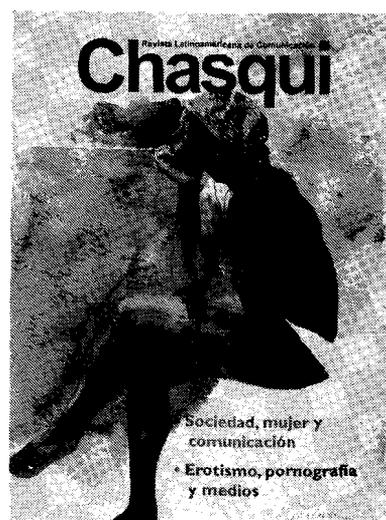
1985. Quito

CONTRAPORTADA

Carlota. Oleo 39 x 47 cm.

1992. París

JAIME ZAPATA



La comunicación de género en ALAI

ALAI es un organismo de información y comunicación al servicio de los movimientos sociales latinoamericanos, que celebra en marzo sus 20 años de existencia. Su misión es responder a los desafíos que plantea la comunicación para el fortalecimiento de la participación consciente y organizada de los sectores populares y movimientos sociales en la vida pública, condición básica del desarrollo democrático de la región. En esta misión, el rol de la mujer y la perspectiva de género y de la diversidad son fundamentales. La autora nos hace un recuento de lo que es y pretende el Área Mujeres de la agencia.



En la "era de la comunicación", la participación ciudadana de las mujeres plantea, como nunca antes, el desafío de afirmar la vigencia de su derecho a la comunicación y concebir el desarrollo de enfoques de una comunicación democrática, que incluya la perspectiva de género y de la diversidad.

Más aún, además de afirmar derechos, es necesario actuar para erradicar la brecha de género en los procesos comunicacionales y en el acceso a la tecnología, buscando promover la libertad

de expresión y el acceso de las mujeres a la información, como elementos de su participación ciudadana.

La comunicación de género

En este proceso, aparecen como esenciales tanto el fortalecimiento de un espacio de creación y de debate para sustentar las conceptualizaciones y prácticas de la comunicación democrática con enfoque de género; como también el diseño de estrategias nacionales, regionales e internacionales, que involucren el conjunto de aspectos políticos y técnicos relativos al desarrollo de la comunicación de género, su proyección en el conjunto de medios y sistemas de comunicación y una consecuente legitimación social.

De manera especial, el avance en términos concretos de la comunicación de género exige que un amplio espectro de actores/as sociales concernidos/as -periodistas y sus gremios, organismos de comunicación, entidades gubernamentales, organismos internacionales, movimiento de mujeres, movimientos sociales, y otros- se apropien de este enfoque, lo promuevan y reivindiquen su vigencia en todos sus campos de intervención.

En este marco se ubica el enfoque de género desarrollado en el trabajo comunicacional de ALAI, que sitúa como eje central la necesidad de una transformación epistemológica y política, que considere a las mujeres como **sujetos** de la comunicación -no como objetos- y

IRENE LEON, ecuatoriana. Doctora en sociología, directora del Área Mujeres de la Agencia Latinoamericana de Información (ALAI)

que conciba los espacios comunicacionales, en particular los medios, como democráticos, descentralizados y participativos. Ello involucra la adopción y concreción de instrumentos internacionales y nacionales, basados en un enfoque de género, su legitimación social y, sobre todo, el desarrollo de respuestas ciudadanas prácticas en este campo.

De allí que en el proceso de articulación del enfoque de género en ALAI, se ha privilegiado el desarrollo de una dimensión propositiva, de convocatoria al intercambio intersectorial y de búsqueda de confluencias con las entidades que trabajan en torno a la comunicación con enfoque de género; y la promoción del derecho de las mujeres a la comunicación y el acceso a las tecnologías, tanto en el movimiento de mujeres y otros actores sociales, como en las diversas instancias e instituciones internacionales relacionadas con esta problemática.

El derecho a la comunicación global

La propuesta de ALAI está basada en la reivindicación del derecho de las mujeres a la comunicación y la democratización de los medios y sistemas de comunicación. Sustenta la necesidad de incrementar la participación de las mujeres en las instancias gestoras de políticas, en lo que concierne a la conformación del tejido comunicacional planetario, la orientación del desarrollo

El enfoque de género desarrollado por ALAI, considera a las mujeres como sujetos de la comunicación -no como objetos- y concibe los espacios comunicacionales, en particular los medios, como democráticos, descentralizados y participativos.

tecnológico y la distribución del ciberespacio y del espacio satelital.

Defiende la libertad irrestricta de todas las mujeres a la expresión a través de los medios de comunicación y afirma el derecho ciudadano a gravitar en la opinión pública, principal fuerza de presión en las sociedades actuales.

Asimismo, entendiendo que la mundialización de los procesos comunicativos apela a la búsqueda de consensos mundiales en la edificación de un marco ético internacional, que encamine la actuación de los medios -en cuanto servicios públicos-, ALAI propone el desarrollo de una ética de género en el conjunto del quehacer mediático, en la publicidad, el marketing, las redes cibernéticas, entre otras.

Esboza, finalmente, propuestas para impulsar la adopción de un enfoque de género en las concepciones y prácticas

de los medios y sistemas de comunicación, y en la sociedad en general. Entre ellas, la participación igualitaria de mujeres en las esferas de decisión mediática y la introducción de criterios prácticos en el quehacer periodístico; así por ejemplo, la selección de los contenidos, el uso de un lenguaje no sexista, y la proyección de imágenes que reflejen de manera realista los diferentes aspectos de la vida de las mujeres, entre otros.

Socializar la propuesta

Esas consideraciones han sido planteadas por ALAI en diversos espacios regionales e internacionales, así por ejemplo, El Area Mujeres de ALAI encaminó hacia la IV Conferencia Mundial de la Mujer de la ONU (Beijing'95) el documento "La comunicación global y el acceso a las nuevas tecnologías como un derecho democrático para las mujeres",



Edgar Naranjo, Ecuador

el mismo que permitió incidir -conjuntamente con otros sectores- en el reconocimiento de la comunicación como área de especial preocupación de la comunidad de naciones y en la apertura de dos objetivos estratégicos, relativos a la comunicación y las nuevas tecnologías, en la Plataforma de Acción de Beijing.

Por otra parte, ALAI ha venido impulsando activamente el desarrollo de redes e instancias regionales y mundiales de comunicación con enfoque de género. En marzo de 1994, ALAI convocó al I Encuentro de Comunicación de Género de América Latina y el Caribe, en el cual se creó el Foro Permanente de Co-

municación de Género, instancia en la que participaron unas 30 redes nacionales, regionales y mundiales. Y, en la misma línea, está empeñada en la articulación regional y mundial de la Red Wom-med/Fem-med de la UNESCO, a través de la creación y dinamización de un espacio electrónico para la consolidación de dicha red.

Para contribuir a los debates sobre género y comunicación ALAI inauguró su página Web (<http://www.ecuanex.apc.org/alai/comgen.html>) en la que se difunden las diversas propuestas y análisis sobre esta problemática. Y, con la perspectiva de facilitar un intercambio in-

El Area Mujeres de ALAI es un programa internacional de comunicaciones cuyo principal objetivo es impulsar el desarrollo de una cultura democrática y participativa.

Políticas globales y el Area Mujeres

El Area Mujeres de ALAI surgió en el seno de ALAI en 1989, como programa específico. Es un programa internacional de comunicaciones cuyo principal objetivo es impulsar el desarrollo de una cultura, democrática y participativa, basada en la igualdad entre los géneros y concebida como un avance civilizatorio. La perspectiva sobre la cual se fundamenta este trabajo es pluralista y propone el desarrollo de una sociedad basada en el respeto de la diversidad como propuesta ética para la construcción del futuro.

De allí que el quehacer del Area Mujeres está orientado, por un lado, a fortalecer, a través del desarrollo de los procesos comunicativos, el "empoderamiento" organizativo, propositivo y reivindicativo de los movimientos y redes de mujeres, como principales actoras de cambios en las relaciones de género; y por otro lado, a potenciar el derecho de las mujeres a la comunicación y la democratización de las comunicaciones con una perspectiva de género.

Para encaminar sus objetivos el Area Mujeres ha puesto en marcha un programa integral de comunicación, orientado a potenciar el papel estratégico que esta tiene para:

- Afianzar las redes regionales y nacionales, las coordinaciones temáticas y los procesos organizativos internos del movimiento feminista y de mujeres;
- Dar una mayor proyección social a sus propuestas y acciones;
- Consolidar los procesos de "empoderamiento" y cambio emprendidos por las mujeres;
- Fortalecer los vínculos entre las organizaciones de mujeres y los movimientos sociales, organizaciones populares, ONG, movimientos étnicos y otros;
- Incentivar el desarrollo de propuestas de género en los sistemas y medios de comunicación.

Este programa se desarrolla a través de:

- a) Información sistematizada** sobre los procesos organizativos, propuestas y problemáticas de los movimientos de mujeres y feministas del continente, a través de medios impresos y electrónicos;
- b) Capacitación y asesoría** en apoyo a las dinámicas organizativas y de coordinación de las organizaciones y redes de mujeres. Principalmente en relación a la elaboración de políticas y estrategias de comunicación, nuevas tecnologías y procesos internacionales.
- c) Promoción del derecho de las mujeres a la comunicación**, que incluye la formulación y defensa de propuestas y el impulso a la articulación con organismos afines para hacer avanzar este derecho, en el plano propositivo y práctico.

tersectorial sobre esta temática, alimenta conferencias electrónicas tales como la conferencia **amlat.mujeres** (APC), que constituye una experiencia práctica de intercambio y articulación para el movimiento de mujeres y su interrelación con otros sectores.

Nuevas tecnologías para las mujeres

Entre las prioridades de ALAI figura la reivindicación del acceso de las mujeres a las nuevas tecnologías de la comunicación, por eso ha asumido una participación directa en la formulación de propuestas dirigidas a las instancias internacionales, en este rubro; y ha desplegado una amplia labor de sensibilización dirigida a movimientos, redes y organizaciones de la sociedad.

Entre 1993 y 1995, una miembro de ALAI coordinó el Programa Mundial de Apoyo a las Redes de Mujeres de la Red de Nodos APC, que constituye el principal espacio experimentado hasta hoy, para la incorporación del uso de las redes electrónicas por parte de las mujeres.

Actualmente, dando seguimiento a estos procesos, ALAI está empeñada en contribuir con el desarrollo de espacios de interconexión regional y planetaria para el movimiento de mujeres, de manera especial para las mujeres comunicadoras, a través del fortalecimiento de redes de intercambio. ❁