

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.

Consuelo 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

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.



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

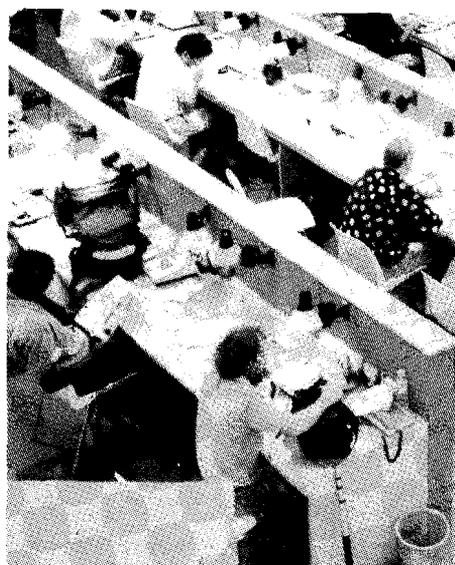
81 El periodista y la "a"
Hernán Rodríguez Castelo

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

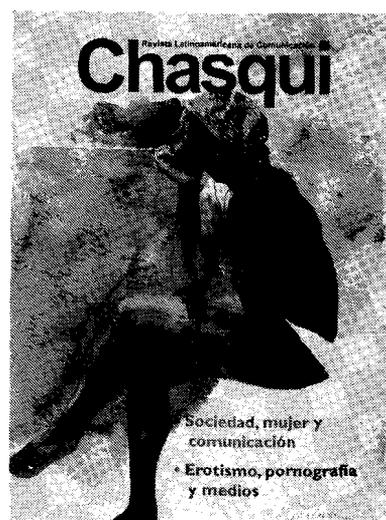
1985. Quito

CONTRAPORTADA

Carlota. Oleo 39 x 47 cm.

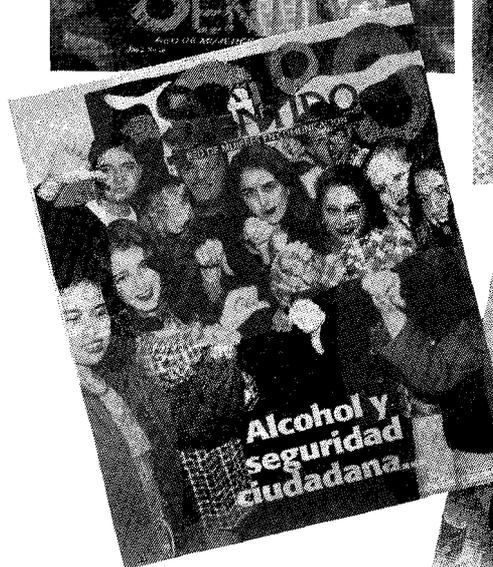
1992. París

JAIME ZAPATA



Ecuador: Red de mujeres en comunicación

Hace más de un lustro, un grupo de mujeres vinculadas a la comunicación social, en organismos y medios, fundó esta Red. Ellas partieron del reconocimiento del papel que pueden desempeñar los medios, en la formulación de tesis nuevas y de nuevos contenidos políticos y éticos, en los que las mujeres pasen de una condición de objetos a sujetos de la información. Radio, prensa y proyectos de educomunicación han sido los espacios de convergencia en los cuales se han movido y han obtenido la experiencia que ahora nos comparte su coordinadora nacional.



El debate acerca de la situación de la mujer -y concretamente las formas de discriminación y opresión derivadas de nuestra condición de género- tiene una larga historia, pero es en esta última década cuando se han analizado en pro-

MAGDALENA ADOUM, ecuatoriana. Comunicadora Social, coordinadora nacional de la Red de Mujeres en Comunicación.

fundidad ya no solo los problemas de la mujer en la sociedad, sino los de la sociedad en su conjunto.

En esa perspectiva, se ha puesto en evidencia, para nosotras mismas, que nuestra presencia consciente, en viejas y nuevas responsabilidades, nos ha hecho crecer, hasta conformar un nuevo sujeto social que recupera en forma crecientemente su voz y su historia.

Esta redimensión del rol de la mujer hacia un plano protagónico y la búsqueda de nuestra participación en el contexto nacional, supone la necesidad de definir e impulsar nuevas estrategias que potencialicen, generen, orienten y garanticen formas creativas de organización, expresión y movilización. No obstante, todavía faltan por explicar muchos de los silencios que aún vivimos las mujeres, sobre todo si reconocemos que somos la

voz de la vida, las comunicadoras por excelencia.

De objetos a sujetos de la noticia

Teniendo en cuenta esta constatación y la reflexión sobre el papel que desempeñamos en el funcionamiento y evolución de la sociedad, priorizamos el acercamiento a la comunicación, partiendo del reconocimiento del papel que pueden desempeñar los medios de comunicación masiva en la formulación de tesis nuevas y de nuevos contenidos políticos y éticos en los cuales las mujeres transitamos del rol de mujer-objeto al de mujer-sujeto de la noticia, incluso, de sujeto activo en el medio de comunicación.

En ese contexto, el antecedente directo de la Red de Mujeres en Comunicación fue un conjunto de talleres desarrollados en Quito, Guayaquil y Cuenca en los que participamos mujeres vinculadas a las labores de comunicación social en diversas organizaciones y medios. En ellos profundizamos la reflexión acerca de los mayores problemas que afectan al país y en las razones del divorcio entre quienes deben tomar las decisiones trascendentales en y aquellos que viven a diario los problemas.

Llegamos a evidenciar que el manejo inadecuado y especulativo de la información acerca de los temas que deberían debatirse en el país, más que formar un criterio colectivo, ha provocado desinformación e incomunicación entre ecuatorianos, así como la desmovilización y atomización de la voluntad común.

Planteamos, también, la necesidad de profundizar nuestros contenidos y trastocar con nuestras propuestas ese orden establecido, pues se trata de no seguir colmándonos de quejas y sentimientos de sacrificio, sino, apasionadamente, ser más objetivas frente a la realidad.

Se hizo manifiesta nuestra preocupación profunda por la crisis de valores a todo nivel, y se convino en que se requiere de nuestra participación responsable, no como vocación, sino como opción que hace que nos tornemos más exigentes.

La respuesta fue el lanzamiento de la Red de Mujeres en Comunicación, a nivel nacional, y el inicio de un proceso de organización y movilización de los principales actores e interlocutores sociales

sobre la base de sus problemas y propuestas alternativas.

La Red mantuvo durante el primer año un espacio de opinión semanal en una cadena radial informativa de 50 emisoras en todo el país. Luego fundamos el suplemento *Sexto Sentido*, porque consideramos que un suplemento es el medio idóneo por varias razones:

- La circulación de un suplemento con un diario nacional garantiza la difusión y cobertura de distintos públicos, no solo femeninos.
- El suplemento, al ser monográfico, permite tratar en profundidad los temas, tarea imposible en la prensa diaria.
- Un suplemento es una publicación cuyo formato es manejable como documento de consulta, investigación y archivo.
- La periodicidad -mensual- de este suplemento, que es a lo que aspiramos, permite el trabajo colectivo en la investigación y elaboración, con toda la riqueza que ello conlleva.

Consecuentes con el principio de comunicación-educación previo a la publicación de cada suplemento, en la primera etapa de *Sexto Sentido* invitamos a especialistas a un diálogo abierto para un conocimiento real de los temas escogidos.

Los primeros ejemplares coincidieron con las elecciones de 1992. Así, el primer número estuvo dedicado a las declaraciones de los candidatos presidenciales sobre las políticas sociales. Luego pasamos a temas como las reformas del Estado, inflación, educación, burocracia, seguridad social, partidos políticos, crisis de liderazgo, etc., tomando como base el punto de vista de las mujeres frente a los diferentes proble-

mas y sus posibles soluciones. El impacto en el público fue realmente alentador.

La apertura y la coincidencia de intereses con el diario *Hoy*, nos da la posibilidad de trabajar como socias con este periódico, así como la de llevar propuestas alternativas desde un medio masivo.

Educación y comunicación

En 1994, el Proyecto de Supervivencia Infantil en Areas Marginales (SIAM) apoyado por CRS, contrató a la Red de Mujeres en Comunicación para diseñar la nueva estrategia de comunicación educativa para la atención integral de la salud en áreas marginales, considerando que nuestra institución era "la más idónea para realizar este tipo de programas, por el plan de trabajo, calidad y organización con que se ha desarrollado esta propuesta".

A partir de 1996 iniciamos una nueva etapa con nuestro suplemento. Conjun-



"La diversidad no es un obstáculo para la unidad si se mantienen ideales comunes"

tamente con *Hoy* y el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito acordamos la realización del proyecto "La solución está en nosotros", que incluye la publicación de un suplemento y la realización de foros y de campañas de participación y motivación ciudadanas.

El problema de la pobreza, la desintegración social, la crisis total de la institucionalidad de un Estado caduco, y una sociedad civil seriamente fragmentada y sin mayor presencia política, han logrado que la participación ciudadana caiga en el abatimiento.

La pérdida del optimismo, de la confianza en nosotros mismos y en nuestros líderes se manifiestan en la falta de colaboración, en el crecimiento del interés individual que ha silenciado la solidaridad, lo que ha desembocado en una actitud generalizada de meros receptores, de estar siempre a la espera de que nos "den haciendo" las cosas, de canalizar nuestras demandas al estado-benefactor, que es responsable de todo, pero que en las actuales circunstancias ya no puede responder a nada.

La agresividad, el desorden del crecimiento de nuestra ciudad y el impacto de modelos culturales que nos difunden los *mass media*, van consolidando un proceso de deshumanización en el cual la cultura de la violencia, la corrupción, el egoísmo, la inseguridad, el irrespeto permanente hacia el otro y a sus diferencias, nos preocupa responsablemente. Esta situación necesita urgentemente de actores sociales fuertes en su capacidad y confianza. La ciudad somos nosotros, es cada uno de sus habitantes. Por lo tanto, las soluciones también deben ser nuestro aporte.

Las mujeres, por su relación con la vida cotidiana y su rol en la familia, están más directamente vinculadas con su barrio y su comunidad, que es donde se desarrollan sus procesos de socialización y los de su familia. Y en ese proceso deben robustecerse su decisión y liderazgo.

Paralelamente a este proyecto, la Red mantiene el suyo básico: "La participación política de la mujer; una garantía para el ejercicio de la ciudadanía". Nuestro desafío consiste en cómo "empoderar" a una líder mujer, pero, al mismo tiempo, cómo atravesar desde ella y con perspectiva de género, sus espacios es-

pecialmente políticos, gremiales, comunitarios.

En este esfuerzo, la relación que nos cabe entre el equipo dinamizador y el grupo de participantes, es básicamente aprender lo que Meuller llama "un arte nuevo y difícil", el arte del acompañamiento: la posibilidad de aprender en común y de enfrentar experiencias que nos permitan "poder diagnosticar lo privado como público y lo individual como social" (Koch).

Aprender es enseñar al mismo tiempo. Y en ello nadie tiene el monopolio. "Las palabras que se intercambian enseñan [...] se pone en escena la dramaturgia de buscar y preguntar comunes [...] por lo tanto, la persona es más importante que la enseñanza". El proceso es, así, productivo y dialéctico: simultáneamente se desarrollan el maestro y el alumno en el conocimiento como en el enriquecimiento. El arte del acompañamiento, dice su autor, más que un método es una actitud que "vive el diálogo y en que el proceso del uno hace vivenciar el cambio del otro".

En esta dimensión, nuestro papel es el de organizadora, referente, guía. Lo importante es motivar, dar ánimos, valorizar sus capacidades para liberar su creatividad, teniendo en cuenta que "únicamente se puede acompañar a aquel que quiere emprender el camino".

Espacio de convergencias

La Red es hoy un espacio de convergencia, un ámbito de reflexión y debate en el que se mezclan, con la misma trascendencia, los aspectos cotidianos con los que tradicionalmente son considerados importantes. Es una instancia que agrupa, reúne y congrega, reconociendo que la diversidad no es un obstáculo para la unidad si se mantienen ideales comunes. Es, asimismo, la voluntad constante de profundizar la democracia a través de nuevos canales con mujeres y hombres que, como nosotras, quieren ser parte de un movimiento social actuante, buscando que nuestra participación no se limite únicamente a la de ser espectadores sino protagonistas de un quehacer político diferente.

Nuestra experiencia desarrollada en la diversidad nos permite valorar lo concreto y lo abstracto, lo objetivo y lo sub-

jetivo, lo científico y lo mágico, lo masculino y lo femenino, lo individual y lo colectivo, lo trascendental histórico y el importante cotidiano.

Intentamos permanentemente concretar todo este discurso en hechos. Así, procuramos descentralizar las decisiones, las funciones, las acciones y las responsabilidades. Eso nos garantiza el respeto a las individualidades, pero también la interacción colectiva. El proyecto "La solución está en nosotros", por ejemplo, cuenta con responsables para la organización de los foros, para la promoción entre la ciudadanía y para la edición de los suplementos que produce. Igual descentralización mantienen los proyectos de liderazgo y de salud, que ejecuta la Red.

Sobre la base de esta vivencia queremos impulsar la formación de muchas redes que conformen nuevas organizaciones horizontales y adoptar una actitud positiva y propositiva que cambie la visión de tragedia, de callejón sin salida, que actualmente condiciona el análisis de la realidad política y social de nuestro país.

Pretendemos intercambiar, dialogar, dimensionar esa práctica comunicacional de la mujer para construir una palabra fresca, propositiva, renovadora, que esté involucrada directamente con el quehacer político y en la que los conceptos y valores sean fundamentos de una práctica y de un ser ecuatoriano que geste una nueva opción política: la del interés común.

La historia, tal como la escriben ahora quienes de tanto cuidar su imagen han descuidado su presencia, no es nuestra historia. Podemos cambiarla, aquí y ahora. El país entero defiende los valores sociales trascendentales y si queremos que estos evolucionen es preciso que hombres y mujeres colaboremos en la tarea, aceptándonos y comprendiéndonos mutuamente.

Se trata de cambiar la calidad de la participación política, lo que implica sustituir la cultura de la sinrazón, que hoy se impone, por la cultura del debate; la imposición por el consenso; el autoritarismo por la participación y la posibilidad de discrepancia; la agresividad del gesto y la acción por la palabra convincente y crítica, para lograr una acción transformadora. ●