

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 49 - octubre de 1994

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor (E)

Jorge Mantilla Jarrín

Coeditor

Kintto Lucas

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Edgar Jaramillo

Luis Castro

Nelson Dávila

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente, Tiberio Jurado, Rector de la
Universidad Central del Ecuador.

Presidente Alterno, Rubén Astudillo.

Min. Relaciones Exteriores.

Fausto Segovia,

Ministro de Educación.

Ab. León Roldós A., Rector de la
Universidad de Guayaquil.

Luis Castro, UNP.

Fausto Jaramillo, UNESCO.

Raúl Izurieta, AER.

Fernando Naranjo Villacís, FENAPE.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Portada

Washington Iza

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL
que se edita con la colaboración de la
Fundación Friedrich Ebert de Alemania.

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

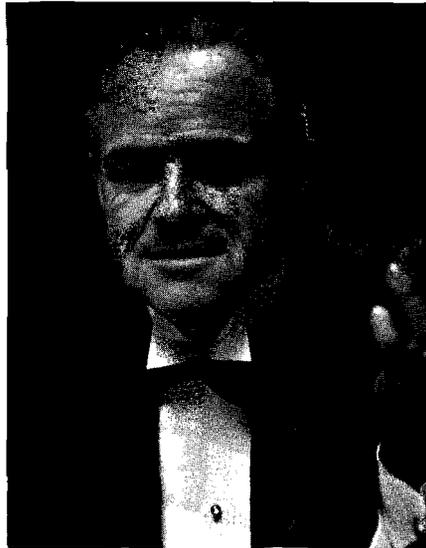
Telf. 506 149 544-624. Telex: 22474

CIESPL ED.

Fax (593-2) 502-487 - E-mail/correo
electrónico: editor@chasqui.ec

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

Los artículos firmados no expresan
necesariamente la opinión de CIESPAL o
de la redacción de *Chasqui*.



DEL LIBRO A LA PANTALLA

La adaptación de
cualquier novela al cine
o la televisión, siempre
despierta polémica. No son
pocos los que señalan que la
mayoría de las veces la
trama se ve desfigurada. Este
módulo acerca algunas
reflexiones sobre el proceso
que lleva del libro a la
pantalla.

- 4 Cine y literatura,
Jorge Enrique Adoum
- 6 García Márquez en el cine,
Jorge Cisneros
- 8 Cine en la biblioteca,
Iñaki Esteban Bilbao
- 9 "Siempre que leemos una
novela estamos viendo una
película",
Anibal Alexandre
- 10 Entre Marx y una mujer
desnuda,
Omar Ospina García
- 13 Comunicación y democracia,
Asdrúbal de la Torre
- 17 Escenario de democracia,
Javier Ponce C.
- 21 Imaginando el futuro,
ALER
- 26 Capacitación radiofónica en
los nuevos tiempos,
María del Carmen Cevallos
- 28 Clausuran Panamericana de
Uruguay,
Jorge Velásquez
- 29 Juventud en FM,
Lourdes Barrezueta
- 32 Primeras, populares,
educativas,
Liliana Berta
- 35 ¿Qué hacer para instalar una
radio popular?,
Carmen Pueyo
- 38 El Club de amigos,
Hernán Gutiérrez
- 40 "No queremos una sola voz",
Lourdes Barrezueta
- 44 Hacer radio es producir
realidad,
María Cristina Mata

DIAS DE RADIO

A pesar de la censura y
los problemas
económicos
que deben enfrentar,
las radios populares de
América Latina, siguen
ganando espacios.
De su desarrollo depende en
gran parte, una mayor
profundización de la
democracia.



ENTREVISTAS

Dos comunicadores que han hecho de su vida un compromiso con la sociedad: Santiago es uno de los mayores caricaturistas de Brasil, Arturo Pérez Reverte es uno de los corresponsales de guerra de más prestigio.

- 48** Santiago y la caricatura en Brasil: mostrar que el rey está desnudo
Paulo de Tarso Riccardi
- 52** Arturo Pérez Reverte: la vida de un corresponsal de guerra,
Carmen de la Serna

COMUNICACION Y GENERO

En los últimos años se comenzó a dar más importancia a la relación entre género y comunicación, sin embargo, todavía queda un largo camino por recorrer.

- 55** Periodismo diferente,
Yoloxochitl Casas Chousal
- 59** El olvido de la mujer sujeto,
Rosa María Alfaro
- 65** Género, comunicación y desarrollo,
Fabiola Campillo
- 67** Resolución de Ecuador.
- 69** Mirta Rodríguez y "Bohemia",
Lucía Lemos
- 72** El ejemplo de la revista Domingo: Sherezade,
Kintto Lucas
- 73** Análisis de materiales educativos,
César Herrera

DEBATE

- 77** Chiapas: los protagonistas y sus estrategias de comunicación,
Guillermo Orozco Gómez
- 81** Haití: Recuerdos de Truman Capote,
Marcia Cevalos
- 84** Golpes contra la prensa haitiana,
Nellio Palanquet



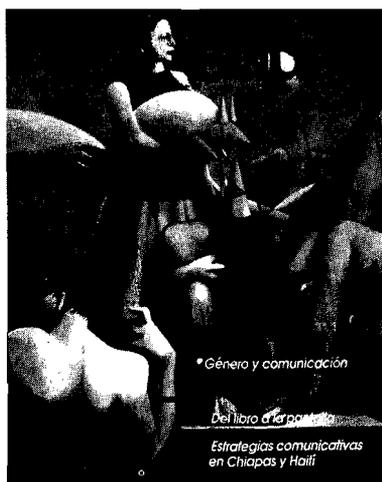
- 86** AVISOS
- 92** UNICEF
- 96** ACTIVIDADES DE CIESPAL
- 99** RESEÑAS

NUESTRA PORTADA

Yaraví. Oleo sobre tela, 60 x 80 de Washington Iza.

El autor es ecuatoriano y su obra ha sido exhibida en diversas exposiciones nacionales e internacionales.

Taller Línea Luz
Telf. 265 - 608 623 - 619
Quito - Ecuador



*Género y comunicación

Del libro *El lenguaje de la comunicación*
Estrategias comunicativas en Chiapas y Haití

FOTO DE PORTADA INTERIOR

EDGAR NARANJO
MARIUSHKA BONILLA

fotografiARTE

Alemania 876 y Mariana de Jesús
Telf. 553- 829

No obstante las conquistas alcanzadas aún persisten graves situaciones, factores, conductas y obstáculos que impiden a las mujeres tener un real, efectivo y permanente acceso a la libre expresión, así como a calificados y altos niveles de decisión dentro de los medios de comunicación social. Estas circunstancias constituyen una dura realidad discriminatoria y es causa de desigualdad en contra de ellas. En efecto, a lo largo de las intervenciones de las delegadas presentes en el Seminario se constató la similitud en la situación de la mujer periodista en América Latina. Así, pese a la presencia paritaria, y mayoritaria en algunos casos, de las mujeres en las salas de redacción se señalaron como denominadores comunes los siguientes:

Existe una evidente discriminación en el desempeño de la profesión; se manifiesta en: desigualdad salarial y dificultad en el acceso a cargos directivos. Las mujeres son relegadas a funciones de menor importancia y a cubrir sectores identificados como "suyos".

Las propias periodistas rechazan darle relevancia a las informaciones que provienen del mundo femenino.

RESOLUCION DE ECUADOR

En Quito (Ecuador), entre el 12 y 14 de septiembre de 1994 se realizó el Seminario Taller Regional sobre Mujer y Medios de Comunicación organizado por la UNESCO.

A continuación se reseñan las principales resoluciones.

Hubo consenso también en que los medios suelen presentar una imagen estereotipada de la mujer, especialmente en la publicidad.

Falta de conciencia de género en las periodistas aunque ocupen cargos de decisión. Por ello, la presencia de las mujeres en esos puestos y en las salas de redacción no significa ni garantiza que haya una apertura ni un trato distinto a la mujer.

La propiedad de medios en manos de grupos de poder interesados en reproducir el esquema de la supremacía masculina y reforzar el papel de la mujer pasiva y dependiente, impide también la participación igualitaria y democrática de las periodistas a los altos niveles.

Identificadas estas limitantes y analizado el tema del acceso de la mujer a posiciones de toma de decisiones dentro de los medios de comunicación social y a la expresión, recomendamos a los gobiernos, a la UNESCO, a los organismos internacionales gubernamentales y no gubernamentales que se ocupan de comunicación y a los medios informativos:

1. Dar apoyo técnico y financiero encaminado a realizar y propiciar la discusión de los códigos de ética y publicidad existentes en cada uno de los países,



Cotidiano Mujer, Uruguay

desde una perspectiva de género, a fin de que se respete a la mujer y se promueva su plena participación en todos los espacios de la vida social.

2. Elaborar y difundir en los medios e instituciones de comunicación guías de orientación para una producción no sexista.

3. Apoyar el desarrollo de iniciativas en las cuales participe activamente la sociedad y las organizaciones en la evaluación permanente de la imagen de la mujer que transmiten los medios de comunicación, y la difusión de sus resultados.

4. Apoyar la creación de mecanismos institucionales, por ejemplo, "observatorios", "ombudswoman" o defensa de los usuarios de los medios para garantizar que no exista un tratamiento discriminatorio ni sexista de la imagen y participación de la mujer, y realizar investigaciones en este ámbito.

5. Promover la capacitación:

a) A las mujeres que integran organizaciones de periodistas, a investigadoras, y asociaciones comunitarias, con el fin de fortalecer su capacidad comunicacional hacia los medios que les permita desarrollar una estrategia como aspecto integral de su programa de trabajo.

b) Promover e intensificar la realización de talleres de capacitación en género con el propósito de concientizar sobre el tema a periodistas, directores y propietarios de medios e instituir mecanismos para medir su impacto.

c) Promover la inclusión de estudios de género en los programas de las carreras de comunicación social.

d) Incluir en los programas de estudio de todos los niveles educativos una formación adecuada para analizar críticamente y con enfoque de género los mensajes que transmiten los medios.

e) Propiciar la producción de materiales impresos, radiales y audiovisuales para la capacitación en género a organizaciones, grupos e instituciones de la sociedad civil.

f) Apoyar la creación de bases de datos y centros de documentación con materiales impresos, visuales y de audio especializados en el tema de mujer y comunicación, para la difusión permanente de su situación en la región.

g) Capacitar y actualizar a las periodistas en ejercicio en la producción de

mensajes, nuevas tecnologías, técnicas periodísticas, producción de mensajes, gestión empresarial y técnicas publicitarias.

6. Propiciar la recuperación y difusión en los medios masivos de historias de vida y experiencias de mujeres y sus organizaciones.

7. Apoyar la inserción de programas de radio y televisión sobre derechos de las mujeres como parte de los programas de los derechos humanos.

8. Motivar la creación y el fortalecimiento de redes de mujeres comunicadoras a nivel nacional y regional.

9. Propiciar la formación de organizaciones femeninas dentro de los gremios, sindicatos, medios e instituciones de comunicación para la capacitación, coordinación y el intercambio de experiencias y defensa de sus derechos.

10. Considerar a las mujeres y sus organizaciones como fuentes de información y generadoras de opinión reconociéndoles el papel que les corresponde en programas noticiosos o de opinión en los diferentes medios de comunicación masiva.

11. Mostrar en toda su dimensión la participación de las mujeres en las actividades sociales, políticas y económicas.

12. Instar a las organizaciones nacionales e internacionales y a las asociaciones de publicidad y de anunciantes a apoyar la difusión de suplementos y programas radiales y televisivos que presenten una imagen innovadora de la mujer y las relaciones entre los géneros.

13. Revisar la legislación existente en cada uno de los países sobre radiodifusión a fin de propiciar el desarrollo de la radio comunitaria, un importante medio para el desarrollo de la identidad y fortalecimiento de las organizaciones de mujeres.

14. Propiciar la revisión de la legislación del ejercicio profesional con el fin de asegurar la defensa los derechos de las mujeres, igualdad de oportunidades de ascenso y remuneración.

15. Recomendar a los gobiernos la aplicación de las legislaciones nacionales, convenciones y tratados internacionales que protegen los derechos femeninos.

16. Promover la realización de investigaciones sobre el empleo y el salario de la mujer periodista en América Latina.

17. Considerar como caso especial la situación de las mujeres periodistas en los países latinoamericanos en situación de conflicto o postconflicto, con el fin de darles prioridad en los programas de asistencia técnica.

18. Auspiciar la creación de premios anuales a:

a) Periodistas que hayan producido notas o programas que resalten las luchas y problemáticas de las mujeres en todos los planos de la sociedad.

b) Medios de comunicación que incorporen un mayor número de mujeres en los altos niveles de decisión y presenten una imagen más realista, diversificada y no estereotipada de las mujeres.

19. Identificar y promover mecanismos para alcanzar una mayor apertura de los medios de comunicación, con miras a estimular el pluralismo de ideas y a que las mujeres tengan acceso a los niveles de decisión más elevados.

20. Motivar a las organizaciones no gubernamentales y populares de mujeres y de investigadoras, a desarrollar estrategias de comunicación en sus programas de trabajo, que permitan el contacto con los medios y optimicen la difusión de sus mensajes. ●