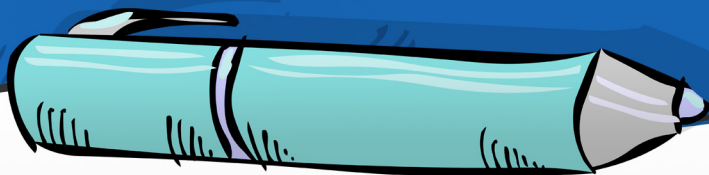




Manual de Género para Periodistas



Recomendaciones básicas para el ejercicio del
periodismo con enfoque de género

Manual de Género para Periodistas

Recomendaciones básicas para el ejercicio del periodismo con enfoque de género

ÍNDICE

Presentación	06
1.- ¿Por qué un manual de género para los medios?	12
1.1. ¿Para quién? ¿Para qué?	16
1.2. ¿Qué puedes encontrar?	16
2.- Mirando hacia dentro: Tómale el pulso al género	18
3.- Mirando hacia fuera	26
3.1. Ruta básica para generar otras noticias	31
3.1.1. Paso 1. Búsqueda de información	34
3.1.2. Paso 2. Construcción de la información	44
3.1.3. Paso 3. Distribución e impacto	47
4.- Lenguaje incluyente: una herramienta de cambio	49
4.1. ¿Lenguaje sexista?	51
4.2. Propuestas para un uso no sexista del lenguaje en los medios de comunicación	52
4.2.1. Relee y revisa	53
4.2.2. Aplica la regla de la inversión	54
4.2.3. Uso de dobles formas	55
4.2.4. Alternativas a las dobles formas	56
4.2.5. No estereotipar	62
4.2.6. Recomendaciones de trato	63
4.2.7. Usos informales	64
4.2.8. Nombrar las diferentes realidades	65
4.2.9. Ondas en el aire	66
5.- El poder de la imagen	68
5.1. Recursos técnicos	75
5.1.1. Recomendaciones para el tratamiento no sexista de las imágenes	76
5.1.2. Estrategias que permitan lograr imágenes inclusiva	78

5.2. La publicidad, el debate está servido	79
5.2.1. Observación crítica de la publicidad	81
5.2.2. ¿Anuncios de contactos?	81

6.- Hazte nuevas preguntas. Tratamiento inclusivo de distintos temas 85

6.1. Participación política	87
6.2. Economía y trabajo	96
6.3. Migración	103
6.4. Pobreza	107
6.5. Medio ambiente	111
6.6. Salud	116
6.7. Violencia contra las mujeres:	122
6.7.1. Violencia de género y /o violencia contra las mujeres	123
6.7.2. Trata de personas	140
6.7.3. Violencia sexual contra las mujeres en situación de conflicto armado	145

7.- Llegaste a la prueba final... 148

8.- Anexos 155

8.1. Mapa de Género y Comunicación en América Latina y El Caribe. Algunas prácticas en la región	157
8.2. Glosario Básico	165
8.3. Bibliografía y webgrafía revisada y complementaria	176
8.4. Metodología de validación	182

PRESENTACIÓN

Este Manual ha sido elaborado por el Área Práctica de Género del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en América Latina y El Caribe. El Área tiene como misión promover que el trabajo de la Organización en la región contribuya a alcanzar mayor igualdad de género en los países latinoamericanos y caribeños. Esta tarea se concreta a través de la asesoría política y técnica a las oficinas de país, contrapartes, socios y a las otras áreas regionales de la Organización para transversalizar el enfoque de género en sus resultados y estrategias de desarrollo, y a través de la puesta en marcha de iniciativas estratégicas regionales innovadoras que permitan dar saltos cualitativos en el logro de la igualdad de género.

El Área Práctica de Género focaliza su trabajo en cuatro áreas principales de trabajo:

- Gobernabilidad Democrática (participación política, políticas públicas de igualdad, ciudadanía, seguridad ciudadana y violencia contra las mujeres).
- Trabajo y Economía (economía del cuidado, sistemas de protección social, igualdad en el trabajo, logro de ODM).
- Desarrollo Sostenible (Gestión de Riesgos y Cambio Climático).
- Innovación, Gestión del Conocimiento y Comunicación para la Igualdad de Género (metodologías de gestión del conocimiento, portal América Latina Genera www.americalatinagenera.org; comunicación con perspectiva de género).

Tomando en cuenta la importancia de los procesos de comunicación de las sociedades actuales, el proyecto regional América Latina Genera del PNUD empezó a desarrollar una línea de trabajo en Género y Comunicación. El objetivo es contribuir a mejorar el abordaje mediático y el posicionamiento en los medios del tema de igualdad de género. Para ello, desde entonces, se han creado diferentes herramientas y conducido diversos procesos de formación en género para periodistas.

Durante ese tiempo se vio la necesidad de desarrollar un instrumento mucho más específico y mejor orientado a las necesidades de las y los periodistas y, por fin, tras un proceso de elaboración propia de nuestro equipo, y con el apoyo clave de la periodista Silvina Molina, aquí está el **MANUAL DE GÉNERO PARA PERIODISTAS**; que además ha sido ya validado en un proceso colectivo con diversas organizaciones y profesionales de la comunicación.

Este Manual ofrece orientaciones y ejemplos concretos pero sobre todo invita a las y los profesionales del periodismo al desafío de mirar con lentes diferentes la realidad que nos rodea, a cuestionar, a ser transmisores de otras noticias, a mostrar nuevas formas de comunicar que contribuyan a un mayor igualdad, a dar voz a los que suelen tener vetado el acceso a los medios; en resumen, a informar pero también a construir activamente, desde su rol de periodistas y de medios, un mundo mejor.

Este Manual se acompaña de otros productos que estamos desarrollando como Área Práctica de género. Esperamos que éstos aporten mucho para generar cambios reales en el abordaje mediático de las desigualdades de género en América Latina y El Caribe, y sea un factor imprescindible para la construcción de sociedades democráticas en nuestra región.

Equipo del Área Práctica de Género

Centro Regional para América Latina y El Caribe
Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Palabras de las personas que han participado en este proceso.

“La ausencia y la estereotipación de ciertos grupos sociales en las construcciones mediáticas nos impulsa a debatir y analizar el concepto mismo de democracia, es decir, la participación genuina de cada miembro de la sociedad en las instituciones sociales y, en este caso, en los medios de comunicación. En este proceso en marcha, el incorporar la perspectiva de género en las coberturas periodísticas implica un reaprendizaje de las prácticas de producción, elaboración y emisión de noticias para responsables de medios y profesionales de la comunicación. El cambio ha comenzado con significativos avances pero con desafíos por cumplir, como veremos a lo largo de este Manual. Si el periodismo se plantea que está contribuyendo a hacer realidad el cumplimiento de los Derechos Humanos cuando aborda las noticias con una mirada de género, lo que implica incluir cómo afectan las distintas realidades cotidianas de manera diferenciada a mujeres y varones, ya logramos superar el primer escollo. Instrumentos internacionales, regionales y nacionales sobre igualdad y equidad de género dan el marco teórico y legal necesario.

Es nuestro deseo que esta herramienta, pensada para generar nuevas miradas en las redacciones, sea también leída y comentada por organizaciones sociales y del movimiento de mujeres, ya que es indispensable tender puentes solventes y permanentes entre este sector y el periodismo para ayudar a construir una agenda mediática con perspectiva de género. Asimismo, esperamos que las casas de estudio donde se forman periodistas y profesionales de la comunicación también puedan incorporar este trabajo, ya que es fundamental crear conciencia y prácticas periodísticas inclusivas desde la formación inicial en el periodismo.

Este Manual ofrece datos y herramientas pero también interpela. Hacemos –nos hacemos preguntas que nos ayuden a pensar y a debatir entre colegas sobre cómo vemos la realidad, desde dónde y cómo la transmitimos. Creo necesario aclarar que las noticias elegidas como ejemplo o ejercitación no constituyen una crítica a quienes las realizaron, son aportes tomados de la cotidianeidad informativa de medios de distintos países de la región latinoamericana para repensar el ejercicio profesional. Seguimos aprendiendo en conjunto, que es la única manera de construir un periodismo inclusivo.”

Silvina Molina

Periodista.

“Hoy más que nunca, la llamada agenda de género es también la agenda del desarrollo, una agenda política que apuesta por el cambio y la transformación social. Con este Manual de Género pretendemos acercar el tema a los profesionales de la comunicación adaptando algunas de las herramientas técnicas que, en su momento, se crearon para abonar otros campos de las ciencias sociales, como el de la investigación. En especial queremos desmitificar el tema dentro del gremio, más allá del lenguaje y de tratar de visibilizar a las mujeres, y aportar herramientas para construir los discursos desde una perspectiva que no sea ciega al género. Somos conscientes de los retos que esto implica, pues la aplicación de herramientas conceptuales al campo de la comunicación, y en particular al ejercicio del periodismo, no es una tarea fácil. Choca con las rutinas productivas y la inmediatez, las dinámicas, las agendas, los intereses... Pero nos anima la iniciativa de valiosas experiencias que están demostraron la posibilidad de hacer un periodismo que evidencie la complejidad de las realidades, visibilice las inequidades y cuestione estereotipos y códigos aprendidos.

Que estas experiencias permeen toda la realidad mediática y no se mantengan en “guetos” de comunicación, es ahora, más que nunca, una necesidad profesional pues la agenda de género está presente en todas las agendas políticas de la región. Cada vez se sabe más sobre las desigualdades que existen y cómo afrontarlas en diferentes campos. Hoy contamos con más personas en el panorama político formadas y con experiencia para enfrentar estos retos y tenemos más y mejores leyes... Pero para traducir estas potencialidades en transformaciones de la realidad de manera sostenible necesitamos todavía más, y es importante que las y los periodistas no se queden al margen. Queremos y creemos en un periodismo comprometido con la transformación social, que dé cuenta de la realidad diversa y compleja con responsabilidad e independencia, por encima de intereses, de fronteras físicas, pero también de fronteras mentales y culturales que a menudo se nos escapan.

Este es nuestro aporte. Una herramienta para tu trabajo diario y para el desarrollo de capacitaciones con colegas de profesión; para reflexionar, curiosar y despertar nuevas preguntas. Finalmente verán que hacer periodismo teniendo en cuenta el enfoque de género no es diferente de hacer periodismo de calidad y responsable con la sociedad en la que se inserta. Esperamos que saquen el máximo provecho a este ejercicio y sobre todo que lo disfruten.

Lyvia Porras
Comunicadora Social.

Mensaje de las personas que participaron en la validación del manual:

Siete personas participaron en el proceso de validación del Manual que presentamos. Elegimos a profesionales de distintos países de la región y con diferentes perfiles: periodistas con experiencia en perspectiva de género, profesionales sin experiencia en este enfoque, una editora, un especialista en comunicación y otra en género. Todo el equipo realizó sus aportaciones para mejorarlo y convertirlo en una herramienta práctica y de posible uso cotidiano en los medios. Compartimos algunos de los comentarios generales y agradecemos el trabajo voluntario que realizaron para optimizar este Manual de Género para Periodistas:



Victoria Uranga (Chile)

Integrante de APC PARM, Especialista en género, comunicación y procesos de formación

"Felicitaciones por el excelente material. Cuando lo leía me imaginaba apropiaciones para trabajarlo con mi estudiantes".



Liliana Hendel (Argentina)

Psicóloga y periodista especializada en género
Capacitadora y columnista del noticiero televisivo *Telefé Noticias*

"El Manual me parece de excelencia, un trabajo minucioso y abarcativo, que no solo es una guía, sino material de trabajo para repensar y trabajar temas pendientes".



Luz Helguero (Perú)

Directora e integrante de la Junta Editorial del diario *"El Tiempo"* de Piura

"Este material es una herramienta fundamental que desde ya debería ser incorporada en las redacciones de los medios, pues de esta manera no solo estamos mostrando el rostro de la sociedad al momento de presentar nuestras informaciones, sino que desde la formulación de las preguntas hasta las consultas a las fuentes, se está contribuyendo con la incorporación de muchas actrices sociales anteriormente invisibles".



Susana Scandali (Argentina)

Secretaria de Redacción del Diario *"La Capital"* de Mar de Plata y Docente de periodismo radial

"Lo importante es que el Manual es abarcativo, y abre interrogantes que debemos intentar responder quienes trabajamos en un medio. Creo que eso, que nos haga pensar, es precisamente lo más valioso de este trabajo".



Pablo Bazs

Especialista en comunicación del centro regional de PNUD de Panamá

“Creo que se trata de un muy buen trabajo, que será muy útil y muy bienvenido”.



Andrés D'Alessandro

Director Ejecutivo del Foro de Periodismo Argentino

“Una de las grandes deudas que tiene el periodismo en la región es asumir un compromiso mayúsculo con los estándares de calidad y ética. Sin dudas, aportes como el del Manual de Género para Periodistas se inscribe en la búsqueda por mejorar dichos estándares, en este caso para un tema que aparece como central en el presente y futuro de la democratización del escenario de la comunicación”



Neus Bernabeu

Comunicadora y especialista en género del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo y coordinadora del proyecto América Latina Genera.

“Este Manual es una herramienta sencilla, bien orientada, muy práctica al ejercicio de la profesión periodística, que reconoce la presión y las dificultades que enfrentan cotidianamente las y los periodistas, pero también su papel como agentes de cambio, y que les ofrece recomendaciones muy concretas para que puedan hacer periodismo con visión de género. El espíritu de este Manual, y de todo lo que elaboramos como Área de Género del PNUD, es que todas y todos podamos contribuir a que este mundo que nos rodea, del que somos parte y también responsables, sea más justo e igualitario. El Manual muestra cómo hacerlo. ¡No hay excusas, pues... manos a la obra!”

1

**¿POR QUÉ UN MANUAL DE
GÉNERO PARA LOS MEDIOS?**



La importancia de trabajar el enfoque de género en los productos y procesos comunicativos radica en el papel de los medios y del periodismo como agentes de socialización. Hoy los medios son fuente esencial de las representaciones en la sociedad, puesto que dan significado y validan ciertas conductas, asociándolas a roles y estereotipos de género establecidos y reproducidos a menudo por ellos mismos. La realidad muestra concentración de medios en pocas manos, interconexiones entre medios de distinto formato, con agendas informativas similares que, en la mayoría de los casos, replican estereotipos.

En los últimos años se han desarrollado diferentes herramientas tendentes a crear conciencia y a demostrar el papel de los medios en la construcción de las representaciones de género en la sociedad. Pero los cambios son lentos. La falta de voluntad política para la implementación de políticas de igualdad estatales, que incorporen la responsabilidad de los medios como instituciones de socialización deja un vacío en cuanto a estrategias informativas que orienten el tratamiento no sexista de la información, y que vinculen el enfoque de género con la ética periodística, con la responsabilidad social, con la calidad y con las rutinas productivas de la información y comunicación.

En la IV Conferencia Mundial de la Mujer en Beijing (1995) se consideró a los medios de comunicación como una de las 12 áreas de especial interés para conseguir el objetivo de lograr la igualdad real de oportunidades para mujeres y varones. A partir de ese momento, el ámbito de la comunicación adquirió estratégicamente el mismo nivel de importancia otorgado a la economía, la participación política, la violencia o la salud. Sin embargo, esta es una de las secciones menos trabajadas en la región y en el ámbito mundial. A pesar de que los compromisos fueron claros no se trabajaron de manera integral, lo que ha generado que apenas se dieran avances ni seguimiento a las áreas de acción acordadas en Beijing.

En el plano regional, el *Consenso de Quito* en 2007, de la *X Conferencia sobre la Mujer de América Latina y El Caribe de la CEPAL* (Comisión Económica para América Latina y El Caribe), hacía referencia al tema en su Apartado 12. Más recientemente, en 2010, la *XI Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y El Caribe* cerró con el *Consenso de Brasilia*, que recoge en su Apartado 5 expresamente el compromiso de facilitar el acceso de las mujeres a las nuevas tecnologías y promover medios de comunicación igualitarios, democráticos y no discriminatorios.

COMPROMISOS INTERNACIONALES Y REGIONALES

IV Conferencia Mundial de la Mujer en Beijing (1995)

-Apartado J:

Objetivo estratégico 1. Aumentar el grado de participación y de acceso de las mujeres a los espacios de toma de decisiones, de debate y exposición de ideas de los medios de comunicación, y a través de ellos, a las nuevas tecnologías de la información.

Objetivo Estratégico 2. Fomentar una imagen de las mujeres equilibrada y sin estereotipos en los medios de comunicación.

**Si quieres conocer más sobre los Acuerdos de Beijing, consulta en la Bibliografía de este Manual.*

X Conferencia sobre la Mujer de América Latina y El Caribe de la CEPAL Consenso de Quito (2007).

Apartado 12:

12.- Adoptar políticas públicas, incluyendo leyes cuando sea posible para erradicar contenidos sexistas, estereotipados, discriminatorios y racistas en los medios de comunicación y estimular su función como promotores de relaciones y responsabilidades igualitarias entre mujeres y hombres.

XI Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y El Caribe Consenso de Brasilia. (2010)

Artículo 5.

5. -Facilitar el acceso de las mujeres a las nuevas tecnologías y promover medios de comunicación igualitarios, democráticos y no discriminatorios

a) Promover acciones que faciliten el acceso de las mujeres de todas las edades a las comunicaciones y a las nuevas tecnologías de la información, como la educación y la capacitación sobre el uso de tales tecnologías para la creación de redes, la promoción y el intercambio de información, las actividades educativas,

y el empleo especializado en las actividades económicas;

b) Formular políticas orientadas a eliminar contenidos sexistas y discriminatorios en medios de comunicación y capacitar a los profesionales de la comunicación en tal sentido, valorizando las dimensiones de género, raza, etnia, orientación sexual y generación;

c) Construir mecanismos de monitoreo del contenido transmitido en los medios de comunicación social, así como en los espacios de regulación de Internet, asegurando la participación activa y constante de la sociedad con el fin de eliminar contenidos sexistas y discriminatorios;

d) Promover y garantizar el acceso de las mujeres, sobre todo las de pueblos indígenas y afrodescendientes, a los medios masivos de comunicación a través de programas que incorporen las lenguas propias y las identidades culturales en espacios comunitarios radiales y audiovisuales;

e) Promover el acceso de las mujeres a la ciencia, la tecnología y la innovación, estimulando el interés de las niñas y las jóvenes en estos campos científicos y tecnológicos.

Existen algunas iniciativas interesantes que partieron del movimiento de mujeres, mecanismos de igualdad y de organismos internacionales, como las campañas mediáticas, algunos observatorios para el monitoreo de medios en relación a género, espacios de capacitación esporádicos para profesionales de la comunicación, el accionar de redes periodísticas incidiendo para cambiar la comunicación sexista, la aparición de medios especializados, sobre todo en Internet y radio, las cuáles iremos compartiendo a lo largo del Manual. Sin embargo, salvo excepciones, no se han producido cambios significativos en la región latinoamericana a gran escala. Falta voluntad política, y decisiones concretas para incorporar la igualdad de género en las leyes de medios, en los niveles empresariales mediáticos, en el discurso, en los códigos de ética de medios o de publicidad y espectáculos públicos, y en las currículas universitarias. Sabemos que los cambios son lentos, pero deberían dejar de ser excepcionales.

Tomar en serio este punto, desde la visión de la responsabilidad social de las empresas de medios es muy importante, tanto para socializar las agendas de género, como para dejar de reproducir actitudes y conductas discriminatorias. Estamos hablando de hacer un periodismo responsable y de calidad.

1.1

¿PARA QUIÉN? ¿PARA QUÉ?

Este documento pretende ser una herramienta práctica de consulta. Un Manual de Género adaptado a la profesión del periodismo. No es, por tanto, un manual de periodismo pero sí un manual para periodistas. Un documento que trata de facilitar la incorporación del enfoque de género en las coberturas mediáticas y que esperamos que a quien llegue pueda servirle para ver, conocer y cuestionar más allá de lo que la primera impresión de la realidad nos enseña.

En periodismo necesitamos datos certeros, cifras, análisis, variedad de fuentes... distintas herramientas que posibiliten elaborar una buena cobertura noticiosa.

A lo largo de estas páginas iremos trazando un mapa, una hoja de ruta con algunas pistas y recomendaciones, con señales para saber dónde buscar, con ejercicios de reflexión, e ideas de fuentes a las que se puede acudir si quiere realizar un periodismo con enfoque de género.

1.2

¿QUÉ PUEDES ENCONTRAR?

Este Manual pretende ser una herramienta de consulta ágil, con soluciones o reflexiones rápidas sobre temas específicos. Lo hemos estructurado en ocho apartados: El Manual inicia proponiendo una mirada al interior de los medios como empresas, para así tomarle el pulso al medio en el que trabajas. Luego vemos hacia fuera, hacia los productos de comunicación e información que realizamos, y proponemos una ruta básica para incorporar el tema de género en nuestro trabajo.

El siguiente paso profundiza en el lenguaje inclusivo como herramienta de cambio con propuestas prácticas de trabajo y ejemplos.



El siguiente capítulo se centra en la imagen y los debates suscitados por la publicidad en este campo, añadiendo recomendaciones básicas.

Seguido hacemos un recorrido por varios temas, con recomendaciones puntuales para coberturas y reflexiones prácticas. Los temas seleccionados son participación política, economía y trabajo, migración, pobreza, medio ambiente, salud y violencia contra las mujeres. Por último el cierre, con las ideas fuertes del Manual y una propuesta de ejercicios prácticos que te ayudarán a reforzar conceptualmente lo aprendido con esta herramienta.

2

**MIRANDO HACIA DENTRO.
TÓMALE EL PULSO AL GÉNERO**



*“Los medios de comunicación tienen una perspectiva de género.
La que corresponde al género masculino”.*

Juana Gallego Ayala (2007: 15-17)

¿Mujeres y hombres periodistas transmitimos en nuestro trabajo los roles sociales aprendidos? ¿En qué medida la construcción social del género incide en el trabajo periodístico? Para Gallego, es fundamental tener claro que en las redacciones “domina la cosmovisión de género masculino, pero que actúa como si pudiera existir la más pura neutralidad humana: ni sexo ni género, ni hombres ni mujeres, sólo profesionales”, lo que considera imposible porque “no se puede dejar colgado el género en la puerta de la redacción”.

¿Por qué decimos que el mundo del periodismo es un mundo masculino?

Apenas hay estadísticas en Latinoamérica sobre la situación interna de los medios en general que puedan brindar una visión cuantitativa y cualitativa del panorama general de la región.

El último Monitoreo Global de Medios (GMMP por su siglas en inglés) presentado en septiembre de 2010, analizó prensa gráfica, radio y televisión de 108 países del mundo, de los cuales 15 son de América del Sur y Central. Este estudio concluye que *“existe mayor presencia de hombres que de mujeres ya sea como sujetos y sujetas de la noticia o como periodistas”*.

El GMMP nos ofrece datos para analizar la conformación interna de los medios de la región. Cuando afirma que las mujeres son quienes *“más reportan notas que cuestionan estereotipos de género”*, y que las notas en que ellas son el centro de la noticia han sido reportadas por mujeres, reafirma que: *“el sexo del periodista incide en la selección del sujeto o sujeta de la noticia”*.



Mientras las estadísticas muestran que cada vez más mujeres se forman y entran en el mercado, el número de mujeres productoras, ejecutivas, redactoras-jefe y editoras sigue siendo chocantemente bajo.

*Federación Internacional
de Periodistas.*



"El progreso de las mujeres periodistas todavía es obstaculizado por los prolongados estereotipos y la discriminación sutil"(...) "Las mujeres periodistas siguen enfrentando sustanciales obstáculos para tener una plena participación en las redacciones, particularmente en términos de oportunidades".

Informe "Las Mujeres Hacen las Noticias 2008", publicado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).



En muchos países hay una importante presencia de mujeres en las redacciones, pero los medios de comunicación todavía son un dominio masculino si se examinan los puestos más altos.

*Federación Internacional
de Periodistas.*

Pero no nos confundamos. El hecho de que más mujeres participen de las decisiones en la empresa no supone que sean capaces de revertir contenidos, ni de animar una proyección distinta de la imagen de las mujeres. De acuerdo con Rosalina Lorente ("Mujer Periodista en la Era de las Nuevas Tecnologías de la Información"-2001- Ameco) esto es así porque lo que se espera de la mujer directiva es que sea como un hombre, que demuestre a diario en su trabajo que sirve para el puesto ya que, al contrario de lo que ocurre con sus colegas varones, su capacidad nunca se da por supuesta.

TÓMALE EL PULSO AL GÉNERO

Antes de avanzar con conceptos te proponemos un ejercicio interno para reflexionar sobre las relaciones laborales, las prioridades informativas y sobre tu rol dentro del medio en que trabajas.

Sabemos que no te sobra el tiempo, pues la tarea periodística siempre va contra reloj. Muchas veces no existen los espacios suficientes para hacer revisiones de la tarea informativa cotidiana, y en casi toda la región latinoamericana quienes son periodistas no tienen un solo trabajo o realizan varias tareas en un mismo medio. Pero este ejercicio apenas te robará un par de minutos.


Puede ser muy interesante realizarlo con colegas, compartirlo con quien toma las decisiones editoriales, generar debates y visibilizar situaciones que pueden estar naturalizadas, legitimando discriminaciones de género tanto en el interior de las redacciones como en la agenda informativa del medio.


La propuesta es que puedas retomar este ejercicio al finalizar la lectura del Manual y comparar resultados: cuántas pulsaciones sumaste antes y cuántas después de leerlo, teniendo más claros los conceptos.





*El ejercicio consiste en responder las siguientes preguntas.
Cada respuesta afirmativa suma una pulsación:*

A) *Relaciones de trabajo y jerarquías en el medio de comunicación para el que trabajas:*

1-  ¿Es paritario el porcentaje de mujeres y hombres en tu medio?
Revisa la distribución por sexo en las diferentes secciones.

2-  ¿En los puestos de decisión hay paridad en los cargos ocupados por mujeres y por hombres?


3-  ¿En los horarios centrales de la radio y la televisión es paritario el protagonismo de periodistas mujeres y varones?


4-  ¿Es proporcional el número de mujeres y hombres en la sección fotografía o cámaras? ¿Y en la operación técnica y musical en el caso de una radio?

5-  ¿Mujeres y hombres ganan el mismo salario por igual trabajo?


6-  ¿Existen permisos de paternidad y maternidad?


7-  ¿Hay facilidades para acceso a guarderías?


8-  ¿Se hacen las mismas preguntas y pruebas actitudinales a hombres que a mujeres en un proceso de selección?


9-  ¿Has identificado obstáculos formales e informales (responsabilidades familiares, por ejemplo) que puedan existir para mujeres y hombres para tener oportunidades de ascenso y de promoción?


B) *Agenda mediática y prioridades del medio de comunicación para el que trabajas:*


10-  ¿La línea editorial de tu medio incorpora la perspectiva que permite ver cómo afectan de manera distinta a mujeres y hombres los sucesos que conviertes en noticias?


11-  ¿Crees que en general el medio se cuida de no hacer un uso sexista del lenguaje?

12-  ¿Consideras que en tu medio se utilizan imágenes sexistas?

13-  ¿Existen pautas para no utilizar efectos de audio o musicalizaciones que puedan generar discriminación en un contexto noticioso?


14-  ¿Tú y tus colegas utilizan habitualmente a mujeres como fuentes de información?


15-  ¿Consideras que el tratamiento en los artículos de casos de violencia contra las mujeres es adecuado?


16-  ¿En tu medio existen espacios que posibiliten a la audiencia opinar y realizar aportes sobre las coberturas noticiosas?



C) En tu trabajo:

17-  ¿Crees que los temas que tratas tienen impactos diferentes en hombres y mujeres?

18-  En tus coberturas ¿Consideras que usas adjetivaciones diferentes para hombres y mujeres, y sus acciones?

19-  ¿Cuando realizas una nota no utilizas atribuciones diferentes para hombres y mujeres? Por ejemplo: estado civil, madre, padre, forma física, manera de vestir, habilidades intelectuales, fortaleza física, independencia, juicios de valor...

AHORA COMPARA LOS RESULTADOS



Si no tienes al menos 10 pulsaciones,
¡necesitas una revisión!



Si tienes menos de 5 pulsaciones
¡la situación es muy grave!

Al realizar este 'juego de pulsaciones' seguramente se te plantearán interrogantes, dudas e ideas nuevas. Esperamos que lo que veas en los próximos capítulos del Manual pueda ayudarte a responder las inquietudes y mejore la calidad de tu trabajo en lo que a género se refiere.

3

MIRANDO HACIA FUERA



Los medios interpretan la realidad y, de alguna forma, la construyen. Los profesionales aportan su subjetividad en esta construcción. Los medios nos presentan en sentido metafórico una “fotografía” de la realidad; esto es, interpretaciones que pueden depender del punto de vista del emisor o de la línea editorial de medio.

El test de pulsaciones del capítulo anterior fue una introducción para que mires tu trabajo y la política editorial de tu medio en lo relativo al enfoque de género. Como sabemos, ni la selección de los temas a tratar, ni las fuentes, ni el análisis de la información, ni la interpretación de los datos son neutrales en lo que a género se refiere. Pero eso no es todo porque lo mismo se evidencia con la ausencia en los medios de la diversidad de etnias, cultural, de clases, ideas, edades, ubicación, diversidad sexual, etc.

Desde que se iniciaron los estudios de género, y desde que estos se preocuparon por el tratamiento de la información a través de los medios, ha pasado mucho tiempo. Hoy el tema de género está en la agenda pública, y socialmente se han producido cambios importantes aunque mucho más lentamente de lo que nos gustaría.



“Las noticias presentan a las mujeres en ámbitos relacionados con los espacios sociales tradicionalmente asignados, pues están muy presentes en temas de niñez, salud y sociales”, y agrega que en las noticias las mujeres “están presentes en temas que socialmente son considerados propios de mujeres, lo que sustenta un imaginario social que refuerza estereotipos de género respecto a los ámbitos de interés de las mujeres (belleza, niñez y farándula)”.

Esta situación tiene un trasfondo mucho más complejo de lo que a primera vista pudiera parecer, puesto que responde a varios factores. Obviamente no es responsabilidad única de quienes trabajan como profesionales de la comunicación ya que, en muchos casos, periodistas con sensibilidad en el tema encuentran varias dificultades para realizar una cobertura informativa con perspectiva de género. En todo caso algunos factores pueden ser:

1. Vacíos formativos para tratar el enfoque.
2. Dificultades para contar con información desagregada por sexo que facilite la identificación de las brechas.
3. Carencia de relación e identificación de fuentes especializadas y confiables.
4. Sobre todo falta de tiempo para profundizar en el tema porque a menudo las rutinas profesionales hacen que la cantidad de información se interponga a la calidad de la misma.

Todo esto genera un velo que impide ver la realidad desde nuevos y alternativos puntos de vista. ¿Por qué?

Definitivamente hay algo que no estamos viendo.



UN MISMO HECHO, DIFERENTES MIRADAS

Hacer una cobertura teniendo en cuenta la perspectiva de género no es más que responder a los principios básicos para la realización de un periodismo de calidad y con responsabilidad social. Podemos dar la vuelta a un tema para aplicar el enfoque de género y que éste sea lo suficientemente atractivo para estar en agenda mediática. Lo que proponemos es repensar para crear coberturas originales, inclusivas pero también 'vendibles' ante las personas responsables de decidir qué se publica o emite. Además que sean competitivas, con posibilidad de que sean tomadas por colegas y tengan difusión en distintos medios aprovechando la velocidad de la red (medios digitales y redes sociales) que permite que las noticias viajen en segundos por todo el mundo y sean replicadas.

Para poder visibilizar lo que estamos compartiendo e ir entrando en la práctica del enfoque de género, te proponemos un primer ejercicio: analizar esta nota y repensarla.

E1

Putas: dólar y placer

Thomas Rorke | Crítica en Línea
Crítica Panamá/ www.critica.com



La nota completa se puede ver en:

<http://www.critica.com.pa/archivo/11282004/nacional.html>

Aquí extraemos algunos párrafos para el análisis:

Solamente en la ciudad Capital hay 10 locales comerciales dedicados a la trata de blancas y se cree que en nuestro país opera una banda organizada con dicho fin. (...)

(...) las autoridades de Migración deben coordinar los vuelos y horas para que las detenidas sean deportadas, lo que se traduce en gastos para el Estado, dijo una fuente. (...)

(...) El motivo por el cual las colombianas tienen tanta demanda en el Istmo, obedece a su belleza, su fama de ardientes y por su ternura, dijo la entrevistada, quien está contenta de estar en Panamá.

¿Qué título le pondrías a la nota?

Si eliges cambiar el título, ¿crees que también sería necesario un cambio de enfoque?

¿Por qué consideras que señalamos determinados conceptos?

¿Qué términos utilizarías para reelaborar esta noticia?

¿Qué fuentes sumarías?

¿Usarías la misma imagen? Justifica tu respuesta.

REFLEXIÓN

La prostitución es una realidad en todos los países del mundo. El desafío es cómo contar esa realidad sin caer en la discriminación y estereotipación, viendo todas las aristas que presenta esta compleja situación, contextualizando y analizando cómo ubicamos la noticia en nuestro medio. No se trata ni de revictimizar ni de ocultar el contexto de abuso y violencia que se vive en estos espacios. Como decíamos al principio de este apartado: colocar distintas miradas en un mismo hecho. Es interesante en este tema que busques información sobre el debate que existe entre la posición a favor de la regulación y la posición abolicionista de la prostitución, y las medidas que este debate está generando.



3.1

RUTA BÁSICA PARA GENERAR 'OTRAS' NOTICIAS

Consideramos necesario aclarar en este punto que la comunicación con enfoque de género no es escribir, informar ni hablar sólo sobre mujeres, de lo que se trata es de añadir una nueva categoría al análisis de la realidad para la construcción del discurso comunicativo. Por tanto, no necesariamente hablamos de crear una sección específica para tratar información sobre las mujeres o para las mujeres, ni de construir un discurso aislado. Se trata de entender el género como categoría de análisis transversal en todo el proceso comunicativo, es decir, que toda la información, todos los temas en las diferentes secciones, sean tratados con perspectiva de género. Se trata también de posicionar temáticas propias de las "agendas de género" que afectan a toda la sociedad para que éstas dejen de ser "asuntos de mujeres" y, así, evidenciar causas y consecuencias de la desigualdad de género en la sociedad.

"La comunicación con enfoque de género no es escribir, informar ni hablar sólo sobre mujeres".

Cuestionar y abandonar el conocimiento de las ideas recibidas requiere un importante esfuerzo. En este apartado encontrarás las herramientas necesarias para ver y presentar la misma situación pero de una manera diferente. Porque "las cosas no son como son", son como las cuentas y las cuentas como las ves.

"Porque las cosas no son como son, son como las cuentas y las cuentas como las ves".

¿Por qué hacer un análisis de género de la realidad?

El género es un concepto central en la construcción de las relaciones sociales desiguales. Por eso, lo que trataremos de analizar son implicaciones de cualquier situación, diferenciando el papel que cumplen en ella mujeres y hombres, y las causas, consecuencias y efectos diferenciales de esta situación sobre unas y otros.

Un análisis de género te permite diferenciar las características sociales (género) de las características biológicas (sexo). Profundizar en las relaciones entre mujeres y hombres (relaciones de género), así como en las diferencias y disparidades en el acceso y control sobre recursos, decisiones, oportunidades, retribuciones, expectativas... te permite identificar las relaciones de poder e inequidades en las que se traducen estas diferencias.



El GMMP 2010- Latinoamérica aporta que las mujeres “son las encargadas de reportar principalmente notas referidas a asuntos sociales y de salud, reforzando de esta manera un imaginario social que considera a estos ámbitos como propios de las mujeres”; agrega que “un porcentaje reducido de noticias destacan temas de equidad de **género** y desigualdad; y cuando lo hacen no se incluyen los tópicos como política y economía que son los temas prioritarios para los medios al momento de elaborar las noticias”.



Ruta Básica para construir 'otras' noticias.

Presentamos una pequeña ruta básica para llevar a cabo este análisis; un imaginario proceso de construcción del producto comunicativo-informativo.

Obviamente, dependiendo del tema y la situación que vamos a documentar serán diferentes las implicaciones de género y tendrán más pertinencia unos ítems que otros. En el Anexo del Manual encontrarás un glosario que puede ayudarte a despejar dudas sobre algunos conceptos.

La propuesta es muy simple. Hemos estructurado en tres pasos la creación de un producto informativo/comunicativo, y en cada paso señalamos una serie de preguntas y aspectos a tener en cuenta y un ejemplo.

3.1.1 PASO 1: BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN

1.- Busca, siempre que te sea posible, datos desagregados según sexo.

Esto te permitirá analizar la información de forma diferente y visibilizar una serie de ítems relacionados con la categoría de género, teniendo en cuenta las múltiples formas en que los hombres y las mujeres se involucran en el proceso de transformación de roles, relaciones y procesos socialmente establecidos.



Fuentes de interés:

El Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y El Caribe creado por la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) ofrece periódicamente una serie de datos que ayudarán a reforzar las coberturas con datos estadísticos confiables y actuales. Puede verse en <http://www.cepal.org/oig/adecisiones/>. También existe un Observatorio regional 'Mujeres en los Medios'- Incluye a Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador y Perú: <http://www.observatorioregionaldemedios.org/index-1.html>.

UNIFEM (Fondo de las Naciones Unidas para la Mujer) variedad de información: <http://www.unifem.org/>; al igual que ONU Mujer: <http://www.unwomen.org/>

El RSCLAC PNUD posee un portal en línea con información regional sobre género: América Latina Genera: www.americalatinagenera.org

Siempre suma fuentes estatales, organizaciones de la sociedad civil y especialistas de tu comunidad.



2.- Ten en cuenta la condición y posición de las mujeres respecto a los hombres en la situación a analizar o describir.

Revisa los conceptos que no te sean familiares en el glosario que aparece en los anexos.

- Prácticas y participación en: espacios públicos, reuniones, servicios, procesos políticos... En estos procesos se expresan patrones de género y otros. A quién se admite, a quién se excluye y quién hace qué; asignación de tareas y responsabilidades específicas.
- Uso del espacio y del tiempo: el género estructura la asignación y disponibilidad del tiempo; dónde trabajan hombres y dónde mujeres, dónde socializan. Tener presente el triple rol de la mujer: productivo, reproductivo y comunitario.
- División sexual del trabajo: diferenciando entre actividades productivas, reproductivas y actividades sociales, políticas y religiosas, y las implicaciones que esta división tiene.
- Tener en cuenta actividades o roles que desempeñan hombres y mujeres. Suele percibirse a la mujeres como madres, amas de casa y proveedoras de las necesidades básicas de la familia, sobre todo cuando aparecen urgencias que tienen que ver con la sobrevivencia y con deficiencias en las condiciones de trabajo que se traducen en: falta de alimentos, de agua potable, de vivienda, de energía eléctrica, de instalaciones sanitarias, de empleo, de ingresos. Son las llamadas necesidades prácticas. Te recomendamos que revises este concepto en el glosario que hay al final del Manual.
- Intereses estratégicos (revisa este concepto en el glosario): apuntan hacia cambios sustanciales en áreas como legislación, educación libre de sexismo, modelos de desarrollo participativos, ciudadanía plena para las mujeres y una vida sin violencia. Por lo tanto se trata de demandas que se pueden cambiar.

Vamos introduciendo la teoría en la práctica periodística. Estamos transitando el primer paso de la Ruta: la búsqueda de información, considerando la importancia que tiene volcar datos desagregados por sexo y que muestren la condición y posición de las mujeres respecto a los hombres. Veamos cómo podemos aplicarlo en este ejercicio.

E2

Mujeres trabajadoras, la mayoría en el sector informal

Marta Sandoval

El Periódico -Guatemala/www.elperiodico.com.gt



La nota completa puedes verla en:

www.elperiodico.com.gt/es/20080901/pais/68290

Acá sólo extraeremos unos párrafos para poder realizar el análisis propuesto en la ejercitación:

A pesar de que el Código de Trabajo prohíbe que se abran plazas vacantes específicas para un sólo sexo, es común encontrar anuncios en donde se solicita a un hombre o a una mujer. (...)

(...)Licely pertenece al 77 por ciento de las mujeres trabajadoras, las que se emplean en el sector informal. Sólo un 23 por ciento trabaja en el formal. Y aunque carecen de prestaciones, vacaciones pagadas o seguro social, trabajar por su cuenta ha sido la mejor manera de hacerle frente a la precariedad laboral.

(...)La Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL) presentó un informe en el que se da cuenta de que en Guatemala las mujeres ganan un 42 por ciento menos que los hombres, la desigualdad más grande en toda América Latina.

Observa cómo, a partir de datos de la CEPAL, la periodista ha construido la información para identificar la condición y posición de las mujeres respecto de los hombres, sumando fuentes gubernamentales, de empresas y, sobre todo, la voz de las mujeres. ¿Qué otras fuentes sumarías? ¿Qué otros aspectos agregarías a la cobertura?

¿Cómo te imaginas una producción sobre la temática en formato radial o televisivo utilizando web y redes sociales?

REFLEXIÓN

Cómo el uso del tiempo y del espacio está determinado a menudo por los roles asignados, y cómo este uso tiene unas implicaciones diferentes.

La histórica división sexual del trabajo, las llamadas triples jornadas, limitan las posibilidades de participación en la toma de decisiones. No olvides que el trabajo informal y por cuenta propia tiene una serie de repercusiones.



3.- ¿Cómo afectan las relaciones de género en una situación determinada?

- Conocimiento y oportunidades: ¿Quién sabe qué?
- Creencias (construcción de identidades y comportamientos).
- Percepciones o interpretaciones de los comportamientos acuñados diferencialmente a hombres y mujeres.
- Reglas: ¿Cómo se deben hacer las cosas? Patrones de comportamiento, oficiales y extraoficiales, que facilitan o dificultan lo que se hace, cómo se hace y quién lo hace. ¿Quién hace qué, cuándo y dónde lo hace?

La nota que proponemos analizar está protagonizada sólo por mujeres y tiene que ver con las tareas domésticas. Nos sirve para realizar un análisis de género y ver claramente cómo a los varones no se les identifica en situaciones relacionadas con lo privado, con el hogar.

E3

Renuncian a todo para ser amas de casa

Por Brenda Focas
Perfil-Argentina/www.diarioperfil.com.ar



La nota completa puedes verla en:

www.diarioperfil.com.ar/edimp/0208/articulo.php?art=4026&ed=0208#

Acá sólo extraeremos un párrafo para poder realizar el análisis propuesto en la ejercitación:

En la Ciudad, el 10,5% de las mujeres de entre 25 y 60 años con estudios terciarios o universitarios permanece profesionalmente inactivo. Esta cifra se reduce al 1,2% en los hombres. Muchas, por elección, dejan de lado sus carreras para dedicarse a la familia sin que eso les despierte un conflicto existencial. La mayoría son casadas y de clase media. Los argumentos, básicamente, tienen que ver con la educación de sus hijos. En tiempos de mujeres independientes, ellas rescatan otros valores en una sociedad que tiende a desvalorizar las tareas hogareñas. Pero para otras, la casa es una prisión. (...)

REFLEXIÓN

Sobre cómo afecta económica y socialmente el acceso al conocimiento esta situación descrita; o cómo repercute también en las oportunidades de desarrollo personal. En este caso sería interesante reflexionar sobre los comportamientos que se imponen socialmente de manera diferencial a hombres y mujeres, y cómo perjudica esto a unas y a otros.

Esta cobertura ¿cuestiona o reproduce estereotipos de género?

¿Crees que la periodista reflexiona acerca de por qué las mujeres deciden volver a las tareas de la casa?

Las cifras de hombres y mujeres en dedicación al hogar son radicalmente diferentes.

¿Crees que es casualidad?

¿Qué consecuencias tiene para una persona dedicarse exclusivamente al hogar en lo que se refiere a su independencia económica?

¿Sumarías como fuente a hombres que se dedican a las tareas domésticas?

¿Te parece interesante aportar opiniones sobre paternidad responsable?

¿Crees que sería pertinente hablar de la economía invisible del cuidado (puedes ir al glosario si necesitas aclaración sobre este concepto)?

¿A qué otras personas agregarías como fuente?



4.- Detectar los factores de desigualdad que afectan a hombres y a mujeres en una situación determinada:

- Acceso a los recursos y bienes: ¿Cuáles son los patrones de distribución de recursos humanos, materiales o intangibles? ¿Quién tiene acceso y control sobre los recursos, toma de decisiones y beneficios?
- Capacidad de usar los recursos según ingresos, empleo, información, beneficios, bienes, terrenos, crédito, etcétera.
- Ejercicio del poder: sobre el cuerpo, la familia, el uso de recursos, el uso de los ingresos. Patrones de autoridad y control. Posiciones privilegiadas: ¿Quién decide? ¿Según qué intereses? ¿Qué factores del contexto influyen o condicionan las decisiones?
- Factores como la división sexual del trabajo, las tradiciones culturales, la violencia de género, etc. que crean oportunidades y limitaciones diferentes para mujeres y hombres en su desarrollo.

Ejercicio:

Los datos cuantitativos y cualitativos diferenciados por sexo, condición y posición de mujeres y hombres ante una situación determinada, así como la incidencia de las relaciones de género en escenarios comunes son los pasos que venimos analizando en esta ruta. Sumamos ahora, para esta ejercitación, los factores de desigualdad que afectan a mujeres y hombres ante un mismo suceso. En la nota se muestra cómo una misma situación –la informatización del sector rural– afecta de distinta manera a ellos que a ellas.

E4

Las mujeres descubriendo nuevas formas de sobrevivencia

La informatización del sector rural

El Observador Económico- Nicaragua
www.elobservadoreconomico.com



La nota completa puedes verla en:

www.elobservadoreconomico.com/archivoanterior/137/brechas.htm

Acá sólo extraeremos unos párrafos para poder realizar el análisis propuesto en la ejercitación:

(...) En este contexto de múltiples adversidades, las familias rurales han sufrido severos cambios en sus vidas, cambios en los cuales las mujeres han jugado un papel determinante en la creación de estrategias de sobrevivencia tanto a nivel de sus familias como de las unidades de producción campesina. (...)

(...) las mujeres rurales han intensificado y diversificado su trabajo en la parcela y el traspasio para producir alimentos o vender productos, han incrementado su incorporación al mercado de trabajo informal y se han empleado fuera de la comunidad en el servicio doméstico o migran fuera del país a fin de enviar dinero sus familiares.

¿Qué datos nuevos crees que aporta esta cobertura?

¿Qué otras coberturas se te ocurren a partir de los datos que ofrece esta publicación?

¿Crees que esta nota incorpora los ejes que estamos desarrollando en el Manual?

¿Sumarías otras voces? ¿Cuáles?

La nota suma infografías, un recurso interesante para graficar la situación que muestra. ¿Qué otro recurso utilizarías para un formato digital?



E4

Políticas de pequeños bancos de tierra dirigidos a beneficiar a mujeres, con el objetivo de darles una respuesta a la creación de empleos, han sido implementadas tanto por el gobierno como por organizaciones de productores. Aun así el acceso de hombres y mujeres está muy lejos de ser igualitario.

(...)La situación de los hombres es diferente a la que enfrentan las mujeres. (...) existen más hombres que están teniendo acceso a crédito y son los que se llevan la mayor parte de la masa de dinero.

(...) los hombres han llegado a desplazar a las mujeres de las fuentes de financiamiento que las habían priorizado y que les habían permitido tener acceso a recursos con garantías no tradicionales.

(...) hombres y mujeres rurales han disminuido su participación en labores agropecuarias y han incursionado en actividades informales, como son los servicios y el comercio, así como en actividades de pequeña industria artesanal.

Estos cambios en la ocupación se han profundizado más en las mujeres que en los hombres. (...)

REFLEXIÓN

Averigua quiénes y cómo tienen acceso a los recursos y bienes; cuál es la capacidad con la que cuentan para hacer uso de ellos, pues este punto es muy interesante para conocer cómo se manifiesta el ejercicio del poder.

5.- Reconocer las estructuras que mantienen y reproducen estas desigualdades en una situación determinada.

Pensemos en cómo ir modificando esta situación, prestando atención a:

- Marcos normativos (legal y de costumbres; culturales).
- Derechos de propiedad, herencias, etc.
- Acceso a la justicia, representaciones políticas.

En este punto es interesante incluir en las fuentes de consulta a representantes de los distintos poderes del Estado que tengan sensibilidad en cuestiones de género, quienes pueden facilitar datos concretos relacionados con normativas existentes, en debate o ausentes, relacionadas con igualdad.

Ejercicio:

Llegamos al final del 1° paso de la Ruta Básica para generar noticias con enfoque de género. La siguiente crónica nos permite ejercitar sobre cómo se pueden reconocer estructuras que mantienen y reproducen desigualdades de género. En este caso se habla de la vulnerabilidad de las personas migrantes y su falta de acceso a la justicia. Por medio de una original cobertura nos muestra cómo en las diferentes secciones del medio se pueden encontrar oportunidades para dar un enfoque de género. Este ejemplo es tomado de la sección de “Espectáculos”:



E5

"Llevar 'Mi vida dentro' a zonas rurales fue una experiencia fuerte y necesaria"

Documental de Lucía Gajá

La Jornada-México/www.jornada.unam.mx

Los Objetivos de Desarrollo del Milenio de la ONU
En unidad y diversidad erradicar la pobreza

La Jornada

El documental de Lucía Gajá se exhibe en salas comerciales del país con 10 copias

"Llevar Mi vida dentro a zonas rurales fue una experiencia fuerte y necesaria"

Tania Molina Ramírez

Alrededor de 100

La mexicana Rosa Lúcia Ojeda Jiménez cumple una condena de 99 años en una cárcel texana, tras un juicio que reveló la vulnerabilidad de los migrantes frente al sistema judicial estadounidense.

El documental *Mi vida dentro* (2007), en cartelera, cuenta la historia de Rosa, de 26 años, quien fue sentenciada en 2005 en Austin, Texas. Se adentra en un lado poco conocido de la vida de los mexicanos en Estados Unidos: cuando enfrentan un proceso judicial en un país extraño, en un idioma que no es el suyo, con leyes ajenas y en ocasiones en medio de actitudes racistas.

Antes de su estreno comercial, la directora Lucía Gajá quiso dar a conocer el caso de Rosa en los pueblos donde no hay salas de cine y de donde sale mucha gente que ahora vive en Estados Unidos.

Durante medio año visitó numerosas comunidades rurales con alto índice de migración. A partir de junio de 2008, el documental se proyectó en varios estados, entre ellos Chiapas, San Luis Potosí, Puebla, Veracruz, Chiapas, Tuxtla y Oaxaca. Las exhibiciones se realizaron tanto en pueblos como en ciudades dentro de talleres o universidades. Cuadraron varios meses, desde estudiantes y expertos en migración hasta los que viven estas historias. Contó en entrevista Lucía Gajá.

"Más que los festivales a los que he ido por Europa, Latinoamérica, Estados Unidos, esta fue la experiencia más fuerte, de la que más aprendí y que me es completamente necesaria", dijo.

En el público, las mujeres son expuestas a hijos del otro lado y a su propia historia. Hace casos de hombres que estuvieron encarcelados en Estados Unidos, pero aseguran haber estado más en los que los explotaron el medio. Un puñado de jóvenes se animó a decirle a la directora que pensaban dos veces si se iban a Estados Unidos.

En una comunidad cacahuatera proyectaron la película 'en un granito súper grande, con terreno con cancha de fútbol y

La nota completa puedes verla en:

www.jornada.unam.mx/2009/01/17/index.php?section=espectaculos&article=a08n1esp

Acá sólo extraeremos unos párrafos para poder realizar el análisis propuesto en la ejercitación:

(...)El documental "Mi vida dentro" (2007), en cartelera, cuenta la historia de Rosa, de 26 años, quien fue sentenciada en 2005 en Austin, Texas. Se adentra en un lado poco conocido de la vida de los mexicanos en Estados Unidos: cuando enfrentan un proceso judicial en un país extraño, en un idioma que no es el suyo, con leyes ajenas y en ocasiones en medio de actitudes racistas.

Antes de su estreno comercial, la directora Lucía Gajá quiso dar a conocer el caso de Rosa en los pueblos donde no hay salas de cine y de donde sale mucha gente que ahora vive en Estados Unidos. Durante medio año visitó numerosas comunidades rurales con alto índice de migración. (...)

¿Has realizado notas con cineastas o documentalistas para profundizar temáticas de género? ¿Y con actores o actrices?

¿Crees que el enfoque de género está presente cuando se realizan críticas periodísticas o análisis de obras teatrales, películas, documentales, programas de televisión?

¿Cómo te imaginas un reportaje que haga seguimiento a este tema?

REFLEXIÓN

Recuerda que colocar y mantener en agenda mediática el tema de las estructuras que reproducen desigualdades es parte de la responsabilidad social del medio y del aporte periodístico en la construcción democrática.

3.1.2 PASO 2: CONSTRUCCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Ya dimos el primer paso: Buscamos la información considerando la necesidad de obtener datos cuantitativos y cualitativos específicos por sexo, analizando la condición y posición de mujeres y hombres ante una situación determinada. Así también detectamos la incidencia de las relaciones de género en escenarios comunes, y reconocemos las estructuras que mantienen y reproducen estas desigualdades en una situación determinada.

Ahora revisa la información que conseguiste y, a la hora de construir el producto, ten en cuenta:

Los puntos de vista: ¿Hay información con todos los puntos de vista al tema? ¿De qué manera están presentes mujeres y hombres? ¿Se incluyen las voces de grupos minoritarios? ¿Es pertinente consultar como fuente a las organizaciones de mujeres?

Igualdad de género: ¿Crees que es una oportunidad para transversalizar el género en el tema elegido? ¿Contribuirás a crear conciencia sobre la igualdad de oportunidades?

Diversidad: ¿Se presentan los distintos hombres y mujeres en el producto comunicativo? ¿Reproduce roles? ¿Respeto el equilibrio entre sexos en la elección de especialistas o testigos?

Medios online: Utiliza hipervínculos para profundizar sobre la temática, y así aprovechar mejor el poco espacio que esta plataforma brinda para expresarse en el texto. Súmate a las redes sociales.



TV y radio: Pon atención a los recursos de imagen y sonido (Imágenes, subtítulos, efectos de sonido, musicalización, etc.). En los próximos capítulos te ofrecemos una serie de recomendaciones a tener en cuenta.

Lenguaje. Profundizaremos en este tema en el capítulo siguiente. Los consejos generales que recomendamos son evitar el uso de descripciones que hacen el juego a las expectativas sociales sobre las mujeres y hombres; no asignar papeles según el sexo y abstenerse de usar descripciones de mujeres que incluyan: estado físico y situación conyugal y/o familiar, a menos que sea esencial para la noticia. Un truco rápido para verificar el uso correcto del lenguaje es aplicar la regla de la inversión (cambio de sexo al protagonista de la información. Por ejemplo: “la mujer del Presidente...” Si aplicamos la regla de inversión: “el hombre de la Presidenta...”).

*Un truco rápido para verificar el uso correcto del lenguaje es aplicar la regla de la inversión (cambio de sexo al protagonista de la información).
Por ejemplo: “la mujer del Presidente...” Si aplicamos la regla de inversión:
“el hombre de la Presidenta...”*

Ejercicio:

A partir de la siguiente noticia ¿Cómo construirías una información con enfoque de género tomando en cuenta las recomendaciones aportadas?

E5

El teletrabajo, una forma de inclusión laboral para personas con discapacidad

Dario DigitalRD.Com -República Dominicana
www.diariodigital.com.do



La nota completa puedes verla en:

www.diariodigital.com.do/articulo,32913.html

Acá sólo extraeremos unos párrafos para poder realizar el análisis propuesto en la ejercitación:

(...) “Telecapcitados: Teletrabajo para la inclusión laboral de personas con discapacidad”, una investigación que realiza en la Comisión TIC de USUARIA de Argentina e involucra a nueve países de la región y es financiada por el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (IDRC) de Canadá.

El acto de presentación de este análisis de la situación laboral y perfil de las personas con discapacidad en nueve países de América Latina y El Caribe (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, El Salvador, México, Perú, República Dominicana y Uruguay) (...)

Algunas ideas. Suma las tuyas:

Averigua qué datos pueden servirte del informe correspondiente a tu país.

¿Hay información con todos los puntos de vista al tema? ¿Las mujeres y voces minoritarias se incluyen? ¿Es pertinente consultar como fuente a las organizaciones de mujeres?

¿Contribuirás a crear conciencia sobre la igualdad de oportunidades?

¿Se presentan de forma diversa hombres y mujeres en el producto comunicativo? ¿Reproduce roles? ¿Respeto el equilibrio entre sexos en la elección de especialistas o testigos? ¿Qué recursos utilizarías en caso de que la cobertura sea televisiva o radial?

¿Qué impacto tiene en la situación laboral de mujeres y hombres con discapacidad de tu país el teletrabajo?

¿Hay autoridades u organizaciones sociales en tu país que se ocupen de la inserción laboral de personas con discapacidad?

REFLEXIÓN

Incluye todos los puntos de vista, coloca la mirada de género, fomenta la diversidad de voces, cuida el lenguaje para no caer en discriminaciones o sexismo. Utiliza los recursos que ofrecen los medios audiovisuales y electrónicos para profundizar y hacer más atractiva la cobertura informativa. Si has hecho una adecuada búsqueda de información, es posible que cuentes con los elementos necesarios para elaborar una información inclusiva

3.1.2 PASO 3: DISTRIBUIÓN E IMPACTO



Este es el último paso. Una vez publicada la información sería interesante evaluar dónde y cuándo se publicó la distribución, así como también a quién le llegó y qué impacto provocó.

No olvides las jerarquías de la agenda mediática. Es importante revisar cuánto espacio se ha dedicado a la nota, o en qué sección aparece (portada, sucesos; titular destacado en televisión, etc.), porque sabemos que no es gratuito que las noticias aparezcan en uno u otro momento, o que se les ubique en uno u otro lugar. Debemos reflexionar entonces cómo se inserta la nota dentro del medio y, en función de eso, valorar a qué público se está dirigiendo.

Es muy interesante monitorear los comentarios que realizan las personas que leyeron, oyeron o vieron la nota (según el medio en el cual trabajas). Los puedes encontrar en los foros *online* que suelen colocarse debajo de las notas en las versiones web de los diarios, en medios *online*, en los comentarios de las redes sociales, en las cartas de lectoras o lectores, llamados a radios y televisoras. También pueden utilizarse encuestas relacionadas con la temática para conocer las repercusiones de la noticia. Esas opiniones nos darán idea del impacto de la nota, y quizás, brinden material para construir otra noticia.

También, en caso de existir la figura de la “Defensoría del lector” (y lectora), o de la audiencia, debería articular con la persona que ocupa ese rol en el medio para profundizar la temática abordada y generar incidencia. Excede los propósitos de este Manual detenernos en la escasa presencia de “Defensores” en la prensa latinoamericana, pero es una realidad que permite contextualizar una manera de hacer periodismo desde las decisiones editoriales.



¿Sabías que...?

‘El Periódico’ de Catalunya tiene en su staff una Defensora de la Igualdad: Eva Peruga, quien semanalmente revisa lo publicado y realiza valoraciones sobre el tratamiento informativo de las noticias en relación a la igualdad.

En 2010, en España, después de la aprobación de la Ley de Igualdad, los anuncios de contactos quedaron clasificados como ilícitos por considerar que contienen, en muchos casos, mensajes degradantes y especialmente porque fomentan el negocio ilegal de la trata de personas.

Y algunas preguntas que podemos hacernos en esta fase del proceso:

- ¿Hay un público definido? ¿Se transmite la noticia en la hora y el espacio apropiado para llegar al público objetivo?
- Jerarquías de la información ¿Qué importancia se le dio al tema tratado y por qué?
- ¿Fue visto, leído y/o escuchado? ¿Has recibido comentarios?
- ¿Cuál fue el impacto? ¿Se ha reproducido en otros medios?
- ¿Provocó debate público?
- ¿Se comunicaron colegas de otros medios para pedir más información sobre la nota?
- ¿Hubo contacto o acciones espontáneas de organizaciones sociales o especialistas?
- ¿Alguna autoridad pidió derecho a réplica o propuso nuevos datos?

Sería interesante ver si hay alguna posibilidad de medir el impacto desagregado por sexo a partir de los Estudios de Mercado

4

**LENGUAJE INCLUYENTE:
UNA HERRAMIENTA DE
CAMBIO**

"Las palabras son mágicas por la forma en que influyen en la mente de quienes las usan."

Aldous Huxley

A la hora de hablar de género, el lenguaje es uno de los temas que mayor resistencia provoca entre profesionales de la comunicación. Pero los estudios de lingüística avalan que las lenguas cambian cada día y que el lenguaje no es una construcción arbitraria de la mente humana, sino un producto social e histórico que condiciona nuestro pensamiento y determina la visión de mundo. Las palabras nombran, el lenguaje rige los imaginarios individuales y sociales, son la envoltura del pensamiento y otorgan a las situaciones sus significados más específicos. Cualquier forma de nombrar o clasificar puede parecer arbitraria pero responde a una función ideológica en la manera que determina una forma concreta de explicar la realidad.¹

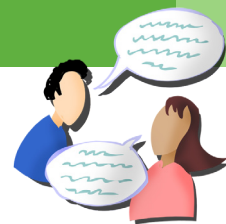
Isabel Moya acuñó el concepto de "generofobia" entre algunos estudiosos de la comunicación. Lo define como la resistencia que suele provocar la renovación epistemológica propuesta por el género, la resistencia a utilizar las dobles formas y virar el lenguaje como instrumento de inclusión y visibilización de la diferencia genérica.

Cuando hablamos del lenguaje de los medios de comunicación hay que considerar que tiene un carácter especial, pues es un hecho lingüístico emitido desde un agente de socialización que opera dentro de la sociedad y a la vez repercute sobre ella.



¿Sabías que...?

Fue el movimiento de mujeres el que comenzó a detectar el sexismo lingüístico y, a partir de la década de 1970, comenzó a difundir estrategias que posibilitaran un lenguaje inclusivo. En 1994 aparece la publicación "Nombra", una iniciativa de la Comisión Asesora sobre Lenguaje del Instituto de la Mujer de España. En este espacio online se encuentra un estudio de las mujeres y lo femenino en el Diccionario de la Real Academia Española, realizado en 1998.



4.1 LENGUAJE SEXISTA

“Concretamos el sexismo en dos efectos fundamentales: el silencio y el desprecio”.

Teresa Meana

El lenguaje no sexista es parte de lo que se conoce como lenguaje incluyente, inclusivo o integrador que contempla la no discriminación y la integración de la diversidad en el uso de la lengua”.

Sandra Chaheer

En primer lugar aclaremos que el lenguaje, en sí mismo, no es sexista. Es sexista el uso que hacemos de él. Podemos decir que se incurre en uso sexista del lenguaje cuando se emite un mensaje que, por forma y contenido (palabras escogidas, estructura), resulta discriminatorio por razón de sexo.

*El lenguaje en sí mismo no es sexista.
Es sexista el uso que hacemos de él.*

El lenguaje puede cambiar porque está en construcción permanente, porque la sociedad cambia y necesita de nuevas palabras para reconocerse y expresarse.

Nuestra propuesta es usar un lenguaje incluyente en los medios de comunicación social como herramienta de cambio. El lenguaje refleja la sociedad y, como es lógico, puede ser tan racista, sexista, clasista y heterocentrista como la sociedad que lo habla, aún cuando nuestra lengua posee la riqueza y los recursos suficientes para utilizarlo sin necesidad de excluir, *invisibilizar* o marginar. La diferencia forma parte de la realidad, por tanto es necesario verla, nombrarla y describirla sin prejuicios. Un lenguaje incluyente contempla las especificidades, de forma que no utiliza la misma norma para todos los casos y elimina el uso de estereotipos² que discriminen.

Por lo tanto, utilizar un lenguaje incluyente es adaptarlo a las realidades político-sociales de un mundo en transformación y, a su vez, contribuir a las transformaciones sociales que aspiran a un mundo más justo e igualitario. No podemos ni debemos postergar el debate, puesto que el lenguaje sólo será incluyente si existe la voluntad de hacerlo cambiar.

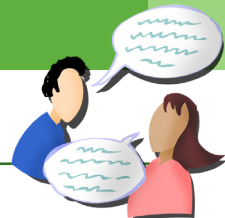
² Revisa el Glosario si alguno de estos conceptos te generan dudas.

4.2

PROPUESTAS PARA UN USO NO SEXISTA DEL LENGUAJE EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Es un proceso de aprendizaje constante para el periodismo el utilizar un lenguaje inclusivo. Una de las riquezas de la profesión son las palabras, el uso que se hace de ellas. Si cada vez que se emite una noticia se piensa en la necesidad de incluir la diversidad que define las sociedades latinoamericanas, será un camino sin retorno. Un nuevo desafío para construir y emitir informaciones logradas gramática y semánticamente.

4.2.1 RELEE Y REVISA



Este es un ejemplo fácil. Trabajamos las dobles formas.

La dificultad para incorporar un lenguaje inclusivo se encuentra en los hábitos y costumbres arraigados, y en aceptar que el “universal masculino hegemónico” no es suficiente para describir la realidad de mujeres y hombres diversos.

E1

La Hora MIÉRCOLES, 6 DE ENERO DE 2011
EDICIONES ANTERIORES INGRESAR AQUÍ REGIONALES Nacional

PAIS
Frontera: tierra de nadie
Domingo, 2 de Enero de 2011

Nataly Trávez / LA HORA



Refugiados colombianos, desplazados y comunidades aborígenes sufren las consecuencias de la presencia de grupos irregulares en el límite fronterizo entre Ecuador y Colombia, lo que los ha obligado abandonar sus territorios y peregrinar en búsqueda de tierras pacíficas donde volver a empezar.

El problema data desde el año 2000, cuando nuestros vecinos implantaron el Plan Colombia, tendiente a eliminar las plantaciones de coca asentadas en su territorio mediante el empleo de fumigaciones con glisofato (herbicida que mata las plantas). Las aspersiones también dañaron cultivos del lado ecuatoriano, por lo que el Gobierno exigió un límite de 10 kilómetros para expandir el glisofato.

Frontera Norte: Tierra de nadie, miedo de todos

El control de la zona se tornó indispensable y no menos 10 mil hombres armados desplazó Ecuador para evitar la infiltración de irregulares en la frontera norte considerada “sumamente permeable”, a decir de Mario Pazmiño, ex jefe de Inteligencia Militar.

En cualquier nota podemos incorporar el lenguaje inclusivo. Veamos sólo la entrada de esta nota que puedes ver completa en:

http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101072271/-1/Frontera%3A_tierra_de_nadie.html

Subrayamos tres términos para releer y pensar cómo podemos utilizar palabras donde estén incluidas todas las personas. Una idea:

Mujeres y hombres () Personas refugiadas, desplazadas y comunidades indígenas de Colombia sufren las consecuencias de la presencia de grupos irregulares en el límite fronterizo entre Ecuador y Colombia, lo que las ha obligado a abandonar sus territorios y peregrinar en búsqueda de tierras pacíficas donde volver a empezar.

Puedes leer toda la nota, reelaborarla y ejercitar el lenguaje inclusivo, o puedes revisar la nota que acabas de realizar para tu medio y analizar si has utilizado un lenguaje no sexista, que no discrimine, que incluya a mujeres y varones, y a las personas y sus diversidades.

Refugiados colombianos, desplazados y comunidades aborígenes sufren las consecuencias de la presencia de grupos irregulares en el límite fronterizo entre Ecuador y Colombia, lo que los ha obligado abandonar sus territorios y peregrinar en búsqueda de tierras pacíficas donde volver a empezar. (...)

4.2.2 APLICA LA REGLA DE LA INVERSIÓN

Dale vuelta a la frase. Cambiar lo masculino por lo femenino y viceversa. Por ejemplo, si se dice “los concejales y sus mujeres”, la frase invertida sería “las concejalas y sus varones o sus hombres (aunque nos estemos refiriendo a sus esposos)”. Esta regla es muy útil en casos de adjetivaciones, para ver que no se hace el mismo trato de hombres que de mujeres en las descripciones y presentaciones.

E2

Revisa los siguientes ejemplos, especialmente los títulos:

“La mujer de Jaime se presentó ante la justicia”

The screenshot shows a news article from the website ambito.com. The headline is "La mujer de Jaime se presentó ante la Justicia". The article text mentions Silvia Reyes, the wife of Ricardo Jaime, who appeared in court. It also mentions that Jaime and his wife are suspected of receiving bribes. The article is dated November 17, 2010.

Fuente: Diario Ámbito Financiero
www.ambito.com/noticia.asp?id=554185

“Hospitalizan a marido de Presidenta por fractura de cadera”

The screenshot shows a news article from the website msn.com. The headline is "Hospitalizan al marido de presidenta de Costa Rica por fractura de cadera". The article text mentions that the husband of the Costa Rican president, Laura Chinchilla, was hospitalized after a fall. It also mentions that he is being operated on in a private hospital in San José. The article is dated July 12, 2010.

Fuente: AFP
<http://www.google.com/hostednews/afp/article/ALeqM5h03E9E9aapP9wrSf-E2SWCr331pw>

4.2.3 USO DE DOBLES FORMAS



Para no excluir a uno de los dos géneros, y ante la inexistencia o imposibilidad estilística de usar genéricos, hay que citar ambos géneros. En este punto es necesario aclarar que no estamos duplicando aún cuando usamos el recurso de las dobles formas: estamos nombrando. Recuerda también que las dobles formas son consideradas como el último recurso.

- En artículos y sustantivos:

E3

En esta publicación utilizan las dobles formas, algo que no es muy habitual.

El proyecto del que habla afecta a hombres y mujeres trabajadoras, y está relacionado con salud, maternidad y ámbito doméstico, espacios donde muchas veces los varones no son visibilizados.

Es del diario Colatino.com y puede verse completo en:

<http://www.diariocolatino.com/es/20100714/articulos/82156/>

Archivo | Búsqueda

Visiting India ?
Get budget Travel Deals
IndianTourismEXPERT.com
Save Time Save Money

Plan My Visit
Instant Confirmation

1 Tell Your Tentative tour Plan
2 Free Your Quotes from 4 Experts
3 Choose Best Itinerary & Travel

El Salvador, Martes 17 de Mayo de 2011
Última actualización: 1:07:07 h.

San Salvador 24 °C ☀

En Fotos | Quiénes Somos | Suscripciones | (?)

DiarioCoLatino.com
MAS DE UN SIGLO DE CREDIBILIDAD

[Inicio](#) [Nacionales](#) [Opiniones](#) [Internacionales](#) [Deportes](#) [Especiales](#) [Suplementos](#)

Miércoles, 14 de Julio de 2010 / 09:58 h

Régimen Especial de Salud y Maternidad para los y las Trabajadoras Domésticas

SINDICATO DE MÉDICOS TRABAJADORES DEL INSTITUTO SALVADOREÑO DEL SEGURO SOCIAL (SIMETRISSE)

De toda la población salvadoreña es conocido el reciente proyecto anunciado por las actuales autoridades del ISSS con el nombre del presente título de este artículo.

No sabemos las razones en que se basa el ISSS para configurar como "régimen especial" hacia las y los trabajadores domésticos pero todo apunta a que lo hay de trasfondo y basados en criterios puramente financieros es que con este proyecto el ISSS pretende cubrir a este sub-sector con la mínima inversión posible y sin poner el menor reparo en atropellar algunos de sus propios valores y principios como los de transparencia, equidad, universalidad y solidaridad, con los que se ha sustentado desde sus orígenes e implementando medidas discriminatorias y excluyentes hacia este sector que se quiere atender. Veamos más a fondo

1. Truco de vientre pleno :

publicidad

55

4.2.4 ALTERNATIVAS A LAS DOBLES FORMAS

Es una realidad que las dobles formas son difíciles de utilizar en periodismo, pero no imposible. Se trata de no abusar de ese recurso y aprovechar que nuestra lengua nos ofrece otras opciones:

- **Des-articulización:** (o eliminación del artículo en sustantivos neutros). En lugar de 'Fui con unos colegas profesionales' digo 'Fui con colegas profesionales'.

E4

Mira sólo el título de esta noticia de Diario Uno.

Puedes verla completa en

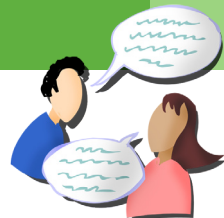
http://www.diariouno.com.ar/contenidos/2010/12/16/noticia_0033.html



Si sacamos 'unos' del título quedaría: "Cerca de ocho mil chicos de 4 años se quedaron sin lugar en las escuelas públicas para el ciclo lectivo 2011". Pero aún nos falta. Una opción puede ser: "Cerca de Ocho mil niñas y niños de 4 años sin lugar en escuelas públicas para 2011". ¿Qué otras posibilidades se te ocurren?

REPASEMOS:

Revisa las notas para ver si están incluidas todas las personas. Cuando decimos niñas y niños, no duplicamos sino que nombramos y visibilizamos. Y con sólo quitar 'unos' estamos dando un paso hacia el lenguaje incluyente.



- **Aludir al cargo, profesión o título en lugar de la persona** que lo desempeña. Por ejemplo *gerencia* en lugar de gerentes, o *jefatura* en lugar de jefes.

E5

Es del periódico La República de Colombia:

http://www.larepublica.com.co/archivosALTAGERENCIA/2010-11-16/el-gerente-debe-ser-el-lider-de-la-estrategia-de-comunicacion-arriagada_115154.php

LR LA REPÚBLICA

La tecnología acabó con el exceso de documentos

Es indudable que el computador ha cambiado y seguirá cambiando tanto nuestra forma de trabajar como la oficina o lugar desde donde laboremos.

Martes 17 de mayo de 2011

ALTA GERENCIA ECONOMÍA EMPRESAS GLOBOECONOMÍA FINANZAS OPINIÓN ASUNTOS LEGALES SUPLEMENTOS VIDA NOTICIAS GIRALES

99 ▼ PETROLEO WTI US\$ 97,37 ▲ DTF 3,90 % ▲ LVR PTOS, 195,70 ▼ IGBC PTOS, 14.163,89 ▼ BOW JONES PTOS, 12.548,37 ▲ LIBOR 0,41 % ► PSE

El gerente debe ser el líder de la estrategia de comunicación: Arriagada

Terrestre Celis - 0 Comentarios
toctis@larepublica.com.co

Publicado: 16.11.2010

Comenta Tamaño Imprimir

Manizales. Los gerentes que no salen de sus oficinas, que poco ven la cara de sus propios empleados y que suelen ser poco comunicativos, en el buen sentido de la palabra, están pasados de moda. Así es de sencillo.

La globalización de los mercados y la competitividad en los procesos modernos en materia de alta gerencia exigen hoy que sean los CEO los líderes de la estrategia de comunicación al interior de las organizaciones.

LA INFORMACIÓN ECONÓMICA SE MUEVE AL RITMO DE LOS LÍDERES EN CALIDAD, CREDIBILIDAD Y CONTENIDO OPORTUNO.

RIPE

Título posible: “La gerencia debe liderar la estrategia de comunicación” porque seguramente hay hombres y mujeres en ese puesto a quienes les interesa conocer la opinión del especialista que se entrevista en este artículo.

- **Uso de nombres abstractos y genéricos.** Sustantivos colectivos y/o perífrasis. Algunas ideas: en **marrón** las palabras que se suelen utilizar y en **verde** las opciones que nos permiten incluir con el lenguaje.

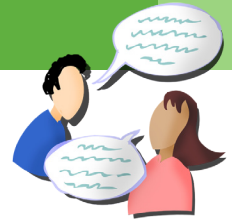
Muchos invitados // Muchas personas invitadas
 Los americanos // La población americana
 Políticos // Clase política
 Todos sabemos // Todo el mundo sabe
 Como muchos piensan // Como mucha gente sabe
 La humanidad, las personas, el ser humano

E6

<http://www.jornada.unam.mx/2008/12/09/index.php?section=opcion&article=021a2pol>

The screenshot shows the top of a web page from 'La Jornada'. At the top, there's a banner for 'periodismo progresista para el lector crítico, curioso y activo' with a 'Publico' logo. Below this is the 'La Jornada' logo and a search bar. The article title is 'Evaluemos a los políticos' by René Drucker Collin. The text begins with 'Un científico trata de entender la realidad y resolver las contradicciones. Un político trata de esconder las realidades para no tener que enfrentarse a las contradicciones. En pocas palabras, un político es un mentiroso. Yo no sé si en México los políticos, o inclusive aquellos que se dedican a la política, aunque sea transitoriamente, son más o menos mentirosos que los de otros países, pero lo que sí, por lo menos a mí me queda muy claro, es que aquí como más, otros menos todos son mentirosos. Y no podría ser de otra manera. Todos quieren tener huesos y no quieren que se les acabe, ya que no habrá manera de mantener esos ingresos tan exorbitantes. Mientras el pueblo, al que se supone defienden, se muere de hambre, la clase política se hincha de billetes con nuestros impuestos y además, en cuanto pueden, se dan a la tarea de adjudicarse más dinero a través de diversas arañas. La pregunta que nos deberíamos hacer todos es: ¿se lo merecen?, ¿realmente su trabajo nos beneficia? Pero, además de todo lo que prometen, dicen que van a hacer y desarrollar, ¿cuánto realmente se logra? Hablar es fácil y lo hacen en demasía, concretar es mucho más trabajo y lo hacen con mucha escasez. Los científicos y en general los trabajadores de la cultura son posiblemente la clase social más evaluada del país. Tenemos constantemente que demostrar lo que hicimos, estamos llenos de comités que determinan si somos merecedores de pasar a una categoría superior, donde recibiremos un magro aumento salarial, y luego tenemos que esperar otros cuantos años para volver a ser evaluados por otros comités que decidirán si nos merecemos la promoción o no, a otra categoría que nos permitirá nuevamente recibir otro magro aumento salarial. Hay personas que para tener realmente un salario más o menos digno tienen que esperar de 20 a 25 años y no dejar nunca de hacer, para poder demostrar que se merecen lo que les van a otorgar. En principio, yo no estoy en desacuerdo con esta práctica, pues el país y la sociedad que nos paga tienen que asegurarse y además tienen el derecho de exigir que se tenga a los trabajadores de la cultura más exitosos y productivos posibles. Para esto sirven los mecanismos de evaluación, que sin lugar a dudas tienen sus defectos, pero en general funcionan bien para los propósitos que se crearon. A mí me gustaría ver que a nuestros políticos los pudiéramos evaluar, y aquellos que no pasan, pues irían para afuera, se les acabaría el ingreso. El problema es que si lo hacemos hoy, posiblemente nos quedaríamos casi sin políticos. La clase política pasa de un puesto a otro con facilidad acobimbosa, bueno, a veces más de lo que uno pensaría hasta cambian fácilmente de partido. El problema es que no hay ideales, sólo está el hueso. Por eso vemos a líderes sindicales que también son

¿Qué te parece si usamos "Evaluemos a la clase política"?



- **Uso de genéricos.** Existen en nuestras lenguas términos tanto masculinos como femeninos que se refieren a ambos sexos. Se prioriza su uso a las dobles formas. Algunas ideas: en marrón las palabras que se suelen utilizar y en verde las opciones que nos permiten incluir con el lenguaje.

Trabajadores // Personal / plantilla / personas
Amigos // Amistades
Consumidores // Consumo
Ciudadanos // Ciudadanía
Director // Dirección

E7

Es de Analítica.com:

<http://www.analitica.com/va/internacionales/opinion/5365875.asp>
y sólo nos detendremos en el título:



Nuestra propuesta sería: *"La ciudadanía toma las riendas".*

- **Pronombrelización.** (o uso del “quien” o el “cual”). Por ejemplo: Los lectores de este libro, en su lugar podemos decir **Quien lee este libro.**

Vamos a un ejemplo en un diario para ver cómo podemos utilizar pronombres para incluir:

E8

<http://www.laprensasa.com>



TU VOZ EN DOS IDIOMAS · YOUR VOICE IN TWO LANGUAGES · SAN ANTONIO'S ONLY INDEPENDENT AND FAMILY C

ÚLTIMAS NOTICIAS: Políticas Por Franco - Rampage firme en la división oeste EL S

Portada San Antonio América Deportes America in English Hispanos México EEUU Entertainment



RSS



Galería fotográfica

INMIGRANTES

Los inmigrantes buscan cada vez más la integración en EEUU, según un informe

10 de mayo de 2010

Washington, 10 may (EFE).- Los inmigrantes latinos, tanto legales como indocumentados, lejos de aislarse -como acusan sus detractores- se integran cada vez más a la vida cívica y política en EEUU, debido en parte al debate migratorio, según un estudio divulgado hoy.

El informe del Proyecto de Participación Cívica de los Inmigrantes Latinos del Centro Internacional



Propuestas de titulares:

- “Quienes migran a EEUU...”
- “La inmigración busca...”
- “Las personas migrantes a EEUU buscan cada vez más la integración, según un informe”; es un título sugerido que nos permite utilizar el recurso señalado en este ítem.



- **Usar estructuras con SE:** Se dará un aumento salarial, en lugar de “Los trabajadores recibirán un aumento”.

Las pasivas son un recurso muy cuestionado en el gremio periodístico por lo que se recomienda usarla sólo en caso de que no haya otra posibilidad, como ocurre con las dobles formas.

E9

Este título de Radio La Primerísima de Paraguay nos ayuda a ver cómo incorporar esta estructura sumando lo que hemos visto para no utilizar siempre las dobles formas. Obsérvalo:

<http://www.radiolaprimerisima.com/noticias/88586>

The screenshot shows the website 'La Gente' with a header including 'TV en vivo', 'Radio en línea', and a search bar. The main article is titled 'Pescadores paraguayos reciben subsidio del gobierno' and is dated 17 de noviembre de 2010. The article text discusses a subsidy for Paraguayan fishermen, mentioning the Secretaría de Acción Social (SAS) and the Banco Nacional de Fomento de Paraguay. It details the amount of the subsidy (up to 16 million guaraníes) and the number of beneficiaries (13,000 fishermen). The article also mentions that the subsidy is part of a larger program to support the fishing industry and that it is being implemented in a phased manner. The website layout includes a sidebar with 'Radio en línea' and 'Blogs' sections.

Pensemos en el titular:

La propuesta podría ser: “Se entregarán subsidios a quienes viven de la pesca”

¿Se te ocurren más opciones?

Usar explicaciones que clarifiquen que el masculino está siendo usado de modo genérico. *Los jóvenes, mujeres y hombres, llenaron el estadio. Los jóvenes, de uno y otro sexo, llenaron el estadio.*

4.2.5 NO ESTEREOTIPAR

Pon atención en las adjetivaciones y las descripciones que reproducen estereotipos en cuanto a roles de género (lo estético relacionado con lo femenino y lo intelectual con lo masculino). En el contenido de los mensajes es común la innecesaria mención de las cualidades físicas o de la forma de vestir de mujeres: *“La Ministra apareció en rueda de prensa elegantemente vestida”*; *“la investigadora, de gran belleza, leyó un informe magnífico”*.

E10

Esta nota es un buen ejemplo de lo que planteamos. Es de Milenio de México. Puedes leer la nota completa aquí:

<http://impreso.milenio.com/node/8130230>

Analizar los estereotipos:

The screenshot shows the Milenio online website. The main article is titled "Las damas de la política y sus atuendos: Dime cómo vistes..." (The ladies of politics and their outfits: Tell me how you dress...). The sub-headline reads: "Las mujeres políticas y las esposas de los presidentes y dignatarios están en el centro de la atención también por su indumentaria y su gusto para vestirse." (Political women and the wives of presidents and dignitaries are also in the center of attention for their clothing and their taste for dressing). The article text begins: "En un mundo donde las apariencias deciden muchas de las situaciones que deberá afrontar una persona a lo largo de su vida, las mujeres de la política son cabalmente vigiladas por un tribunal mediático que las condena o las premia según criterios misteriosos pero lapidarios. El vestido rojo y negro de Michelle Obama en el discurso de aceptación presidencial o el traje típico que usó Margarita Zavala en el Grito de Independencia, todo converge en una luz pública que baja o sube el pulgar ante las primeras damas de la moda." (In a world where appearances decide many of the situations that a person will face throughout their life, women in politics are thoroughly watched by a media tribunal that condemns or rewards them according to mysterious but lapidary criteria. Michelle Obama's red and black dress at the presidential acceptance speech or the traditional outfit that Margarita Zavala wore at the Cry of Independence, everything converges in a public light that lowers or raises the thumb at the first ladies of fashion). A photo of Michelle Obama is included. The sidebar features a "Buy & Sell" advertisement for logos, websites, prints, t-shirts, icons, and more, with a "Start Today" button and a "Brandstack" logo.

4.2.6 RECOMENDACIONES DE TRATO



- No utilizar denominaciones asimétricas (son discriminatorias): *señor/señorita* (expresión de Estado Civil).
- No presentar a la mujer subordinada al varón.
- Utilizar nombre y apellido para nombrar a las mujeres.
- Utilizar el femenino de los títulos profesionales: *médica, jueza, abogada...* no hay ninguna razón ni norma gramatical que lo impida. A menudo se mencionan cargos y profesiones en masculino cuando ya están admitidos por la Real Academia Española (RAE) y generalizado su uso femenino. No pasa sólo con el sustantivo “presidente” sino también con juez, arquitecto, abogado y edil, entre otros. Existen términos que la RAE acepta con relatividad, por ejemplo, al referirse a ‘lideresa’ en el Diccionario Panhispánico de Dudas aclara: “...En algunos países de América se usa a veces el femenino lideresa: «La campaña dio oportunidad a los mexicanos de conocer a una lideresa indiscutible» (Proceso [Méx.] 21.7.96)”.

En estos enlaces puedes consultar más ejemplos: www.rae.es/rae.html y en el portal de la Fundación Español Urgente: www.fundeu.es.

Hay palabras que la RAE aún no acepta como ‘miembra’ o ‘generalá’; pero esos términos a veces se utilizan entrecomillados como una manera de incidencia en pro de la inclusión. Es importante que quede claro que no son términos aceptados y por eso, en caso de usarse deben señalarse como neologismos aún no aceptados.

También puedes ver algunas recomendaciones en el Diccionario María Moliner, reconocidos como válidos:

- Válidos: juez/jueza; presidente/presidenta; concejal/concejala; jefe/jefa; dragón/dragona; líder/lideresa.
- Válidos: miembro, conserje, joven, sujeto.
- No válidos: ‘miembra’, ‘conserja’, ‘jóvenas’, ‘sujeta’.

- Evitar la feminización de algunas profesiones (tradicionalmente femeninas) y visibilizar a las mujeres en todo tipo de profesiones:

El personal de secretaría o secretariado por *Las secretarias*. // El personal de enfermería por *Las enfermeras*.

- Pon atención a la verbalización: Es habitual encontrar en los medios términos como: “son nombradas”, “son elegidas”, “tienen pensado hacer” cuando se habla de políticas. Es difícil identificar verbos como “afirma”, “asegura”, “facilita” cuando se habla de ellas. En cambio son comunes frases como: “ocupan el cargo”, “toman posesión”, “desembarcan en su despacho”, “están decididos a hacer” para referirse a los políticos.

4.2.7 USOS INFORMALES

*Uso de las barras

Es un recurso a evitar pues corta la lectura, pero útil en algunos casos concretos especialmente cuando se trata de textos no formales.

*Uso de la arroba (@). Es un recurso informal por lo que su uso debe limitarse a mensajes SMS, e-mails, etc. No debe usarse en trabajos profesionales como herramienta de inclusión.



“Decir niños y niñas o madres y padres no es una repetición, no es duplicar el lenguaje. Duplicar es hacer una copia igual a otra y éste no es el caso. La diferencia sexual está ya dada, no es la lengua quien la crea. Lo que debe hacer el lenguaje es nombrarla, simplemente nombrarla puesto que existe. No nombrar esta diferencia es no respetar el derecho a la existencia y a la representación de esa existencia en el lenguaje”

Teresa Meana.

4.2.8 NOMBRAR LAS DIFERENTES REALIDADES



*En el caso del tratamiento de personas con discapacidad (denominación establecida por la Convención de Derechos de las Personas con Discapacidad de Naciones Unidas) el problema anterior eran los términos que se usaban, hablando de personas capaces e incapaces, subnormales, personas retrasadas. Hoy no es correcto hablar en estos términos pero el uso sigue siendo paternalista, estereotipado y marginal. No se les da voz en los medios masivos, salvo en contadas ocasiones y normalmente son presentadas como personas víctimas o beneficiarias de programas sociales.

*En cuestiones de diversidad étnica, racial y cultural, los medios transmiten, a través del lenguaje y también del enfoque *etnocéntrico*, las jerarquías socio raciales implícitas en las relaciones de las sociedades multiculturales. Se expresa a menudo a través de estereotipos y con expresiones excluyentes, por ejemplo: nosotros/ellos; o la criminalización asociada a determinados grupos étnico-raciales.

Recursos en la web para un lenguaje no sexista.

Analizadores de portales web y de texto, programas que ofrecen opciones de palabras inclusivas y utilización de software para detectar el lenguaje sexista, son algunas de las herramientas que ofrecen 'Tincluye', 'La Lupa Violeta' y 'Themis'; emprendimientos españoles nacidos al impulso de la Ley por la Igualdad Efectiva de Mujeres y Varones.

Se puede ingresar a www.tincluye.org, incluir el URL de la web u optar por el analizador de textos. El sistema detecta expresiones sexistas y ofrece alternativas inclusivas. Su utilización es libre y gratuita.

Otra opción es **La Lupa Violeta**: Identifica los términos que pueden tener una connotación sexista y propone diferentes sugerencias para una mejor adecuación del lenguaje: <http://www.factoriaempresas.org/productosyresultados/lupavioleta/lanzador.swf>
Y en este enlace puedes encontrar un recopilatorio de recursos web sobre lenguaje inclusivo: http://www.tincluye.org/recursos/documentos/documentos/Recopilatorio_de_recursos_web_sobre_lenguaje_no_sexista.pdf

4.2.9 ONDAS EN EL AIRE

El equipo de 'Radialistas apasionadas y apasionados' de Ecuador brinda *radioclips* inclusivos para incorporar al lenguaje radiofónico. Pueden escucharse y verse aquí:

<http://www.radialistas.net/temas.php?id=703>

No se necesita autorización para bajarlos y difundirlos pero no te olvides mencionar la fuente.

En relación al lenguaje radiofónico, la periodista Mirta Rodríguez Calderón³ habla de las ventajas de este medio para inducir cambios de apreciación y de contenidos en función de lo inclusivo y democrático. Como la radio no se expone a imágenes sexistas, capacitar a periodistas radiales en lenguaje incluyente es más viable que en otros medios. Y suma la ventaja de que la radio se escucha, penetra en la vida de las personas mientras realizan cualquier tipo de actividad. "Concentra casi todos los poderes de la comunicación", dice la periodista.

Ejercicio:

Ha llegado el momento de poner en práctica lo que hemos revisado sobre el lenguaje inclusivo. Queremos destacar en este espacio el debate que se generó en Argentina en relación al uso del término "Presidenta".

Recordemos que cuando asumió la Presidencia de Argentina la actual mandataria Cristina Fernández, quien en su discurso de asunción y durante la campaña electoral pidió que se la llame "Presidenta", se generaron debates hacia el interior de los medios, que algunos hicieron públicos.



La nota completa en:

<http://www.infobae.com/politica/540845-1012750Cristina-Kirchner-la-Presidente-que-mas-escribe-twitter>



Titular: Cristina Kirchner, la “Presidente” que más escribe en Twitter.

A menudo provoca resistencias la renovación epistemológica propuesta por el género, resistiéndose a virar el lenguaje como instrumento de inclusión y visibilización de la diferencia genérica. Hay medios que utilizan el término “Presidenta” pero otros, como el diario Infobae de Argentina, reproduce la decisión editorial de llamar a la Primera Mandataria “Presidente”.

¿Por qué consideras que genera tantas resistencias utilizar el término Presidenta? Recuerda que es un término aceptado por la RAE que, además, funciona como sustantivo no como participio activo o adjetivo.

¿Empleas los nuevos sustantivos femeninos en tu conversación cotidiana? ¿Y en tus notas gráficas, radiales y televisivas?

Cuando realizas notas sobre funcionarias ¿te detienes en detalles como su aspecto físico y su vestimenta? ¿Y cuando se trata de funcionarios?

Prueba a reescribir con otro lenguaje cualquiera de las notas que se utilizan para ejercitación en este Manual.

REFLEXIÓN

Las recomendaciones que detallamos en este apartado son tan sencillas que basta con detenerte a revisar el lenguaje de tu trabajo. Puedes empezar por el título o entrada, dejando claro cuál es el término inclusivo. Luego vendrá un proceso donde, en toda la información, estará presente el lenguaje incluyente pues se hará costumbre con el tiempo, ya que notarás que hay vacíos y/o personas no nombradas en tus coberturas. Ten presente que los recursos web que mencionamos son muy útiles. Y, más allá de las propuestas concretas que listamos en esta parte del Manual, siempre pregunta cómo quieren ser mencionadas las personas que son fuente o que son entrevistadas.

5

EL PODER DE LA IMAGEN



Las palabras son ejes del trabajo periodístico pero también lo son las imágenes y el sonido, lo que configura el lenguaje audiovisual, especialmente en la Sociedad de la Información de la cual somos parte. Lo “comunicacional” muestra un escenario complejo, los medios se entrecruzan en espacios multimediales y en formatos complementarios.

Los medios privilegian el espacio dedicado a ilustrar las notas, incluso, hay imágenes que sólo tienen un epígrafe, o pie de foto, y se convierten en toda la noticia. La imagen tiene el poder de convencer y decir con inmediatez.

Analizar los mensajes visuales (especialmente en el caso de la publicidad) permite adentrarse en el concepto de violencia simbólica establecido por el teórico francés Pierre Bourdieu, quien habla de la articulación de mecanismos, imágenes y prácticas que tratan de imponer una visión del mundo que se pretende legítima. Bourdieu reflexionó sobre cómo la televisión se caracteriza por desalentar el ejercicio de pensar, privilegiando el impacto de la imagen sobre el contenido y la emoción por sobre la razón, con el agregado de que en la virtualidad y la rapidez informativa es difícil revisar lo emitido o publicado.

Sobre este tipo de violencia se profundizó en un taller realizado en noviembre de 2010 en La Habana, Cuba, donde distintas especialistas en comunicación y género debatieron sobre el lenguaje audiovisual, coincidiendo en que la violencia simbólica tiene diferentes significados para las mujeres en diversas regiones y culturas. Además de negar la diversidad y los límites del cuerpo, se violenta y discrimina mucho más a las mujeres negras, asiáticas y a las indígenas de América Latina, quienes no encuentran referentes acordes a su cultura en las transnacionales mediáticas, concluyeron las panelistas.

Para entender y repensar el uso que se hace del lenguaje audiovisual periodístico e identificar las violencias que puede transmitir, es necesario profundizar en la investigación académica y sumar opiniones de profesionales con experiencia en los medios, ya que hay varias y logradas investigaciones sobre el sexismo en la publicidad, pero aún falta profundizar el análisis de imágenes periodísticas.

Un aporte para pensar en este tema lo brinda Florencia Rovetto, Doctora en Periodismo y Ciencias de la Comunicación y Máster en Comunicación y Educación por la Universidad Autónoma de Barcelona. Ella considera que las fotografías son esenciales a la hora de dar protagonismo a determinadas personas. La escasa presencia de firmas en las imágenes de los medios es una característica que le permite deducir que el trabajo periodístico sigue siendo más valorado que el fotográfico que, aún hoy, es percibido como técnico o “artístico”, sin los estudios universitarios suficientes para tomar las decisiones “políticas” que requiere el complejo entramado informativo. Y este hecho va en detrimento de todos los profesionales que se encargan de elaborar las imágenes en los periódicos.



“El campo del fotoperiodismo es una actividad considerada masculina y, por lo tanto, ultra machista (...). Recuerdo que las primeras reporteras gráficas surgieron hace menos de 20 años y todavía son muy pocas en la profesión. (...) La primera fotoperiodista enviada a cubrir un mundial de fútbol fue Lorena Lucca y esto ocurrió hace sólo 4 años cuando el evento se realizó en Alemania.

Lucia Merle

Fotoperiodista argentina

La falta de bibliografía y de formación específica en lo referente a imágenes inclusivas de las que hablan Rovetto y Merle tiene una posible explicación en que los primeros estudios de género aplicados a los medios de comunicación se centraron en el uso sexista de las imágenes en la publicidad, y son los que se han sostenido en el tiempo.

Pero, tanto la empresa mediática como la industria publicitaria, tienen responsabilidad en el camino de la igualdad y, por tanto, en la construcción democrática.

Habitualmente son los Mecanismos Nacionales de la Mujer, o las organizaciones de mujeres, quienes asumen el rol de receptoras críticas y reflexivas. Son las que posibilitan –a través de sus investigaciones y acciones– reflexionar sobre el lenguaje de la imagen y las que proponen innovaciones. Es innegable que hay transformaciones, que se ha evolucionado en cuanto a representación de las mujeres en los medios en casi todos los países, al ritmo de su aparición en la vida pública, pero aún no son suficientes.



“El lenguaje fotográfico no es inocente ya que exige un punto de vista, una toma de partido, aún en los pequeños detalles de la práctica laboral. Es elegir conscientemente qué es lo que quiero mostrar de esa persona o situación”.

Juana Ghera

Reportera gráfica -Suplemento de Género
'Las 12', del diario Página 12 de
Argentina.

Ghera aporta un dato nuevo: esa especie de pacto silencioso entre quien protagoniza la imagen y quien retrata, para luego preguntar: ¿Cómo fotografiar a madres que perdieron a sus hijas por feminicidios o madres de las víctimas de trata, o a mujeres que han sido violadas o maltratadas de distintos modos? Y responde que es importante no forzar ni desoír ese pacto, acercarse de un modo cálido y respetuoso, respetando cada límite de esa persona. “Ella está aceptando ser fotografiada y entrevistada para denunciar y para evitar que otras mujeres pasen por situaciones violentas; entonces es fundamental no re-victimizarla tratándola como objeto de nuestra foto, y considerar que en ese momento puntual está siendo una víctima pero que no es una víctima para siempre, por lo cual se pueden también incluir otros enfoques de su imagen como su fuerza, su vitalidad”, resalta.

Brinda luego algunas ideas en base a su experiencia: “si la mujer fue víctima de violencia sexual es importante no remarcar nada que tenga que ver con un cuerpo atractivo. Se trata de un daño. Es mejor recurrir a la ilustración fotográfica desde la empatía y el dolor que representa esa situación para

la vida de una mujer y su entorno, que forzar o presionar a una mujer para ser fotografiada; o peor aún, robar fotos sin su autorización. Por eso es fundamental trabajar en conexión con las personas, tomarnos el tiempo para reconocer su dignidad, experiencia vital, sabiduría... y volcarlas en nuestras imágenes, con riqueza y sutileza”.

Otro tema es representar el cuerpo de las mujeres en fotografías de prensa “intentando salir del cliché de la sensualidad femenina impuesta y tratando de hacer fotos más libres y menos estereotipadas, también respecto a la vejez y las niñas”. Como en esta foto de tapa que es autoría de Juana Ghersa:



Los recién aprobados contenidos de la Ley de Educación Sexual replantean los estereotipos y los roles de género desde el nivel básico.

Ejercicio:

Veamos una publicación económica de Bolivia, Cash24hora.com http://cash24horas.com/index.php?option=com_content&view=article&id=4737:proponen-eliminar-la-propaganda-qsexyq&catid=55:nacional&Itemid=28 con un interesante artículo sobre legislación no sexista, pero que no ha elegido el mejor título ni la mejor fotografía para hablar de la temática:



Quizás hay buena intención en la redacción pero se filtran los estereotipos en el título y la fotografía.



“Uno de los mayores retos a los que se enfrentan los periodistas, mujeres y hombres, es resistirse a la cultura de los estereotipos ocasionales en el trabajo diario. No es un trabajo fácil cuando los medios de comunicación están llenos de imágenes y lugares comunes sobre mujeres y niñas. Muchos son relativamente inofensivos pero algunos, a menudo los más potentes, retratan a la mujer como objeto de atención masculina: la sofisticada gatita sexy, la madre modelo, la bruja taimada, la inflexible ambiciosa en la empresa o la política. En cada región y cultura hay imágenes rígidas, prejuicios profundamente afianzados y reflejos llenos de prejuicios que plantean retos a los periodistas y medios de comunicación”.

UNESCO-FIP- 2009

Instalar el Equilibrio: Igualdad de Género en el Periodismo.

Indagando en estudios realizados sobre imágenes periodísticas es posible rescatar algunas aportaciones como la de Martín Serrano (1995), quien analizó anuncios publicitarios pero también programas de televisión. Este estudio identificó 15 modelos arquetípicos donde se muestran estereotipos masculinos y femeninos. Una de las conclusiones es que en televisión se describe al espacio sociopolítico como dominio de los hombres y el espacio cotidiano se identifica con las mujeres.

Otras contribuciones coinciden en este análisis pero agregan que se comienzan a detectar imágenes de mujeres que –sin abandonar el espacio doméstico– pueden visualizarse en el espacio público. En tanto, un trabajo de análisis realizado en Gran Bretaña que compara estudios anteriores, identifica a las mujeres menos dependientes y ocupando lugares de trabajo y responsabilidad fuera del hogar. (Furnham y Skae, 1997).

En la actualidad las cifras más recientes son las que aporta el GMMP 2010, donde en los diarios monitoreados en la región latinoamericana el 32% de imágenes pertenece a mujeres y el 21% a varones. Se utilizan, por lo tanto, más fotografías de ellas pero ¿cómo se las representa? Y la respuesta es que las mujeres tienen presencia preponderante en notas cuyos tópicos están relacionados con cuestiones asumidas socialmente como ámbitos propios de mujeres: concursos de belleza, consumo, niñas, farándula-celebridades, etc.

En cuanto a la televisión, la globalización y concentración de medios en pocas manos ha contribuido a que determinados formatos televisivos (noticieros, talk show, reality show, etc.) se repitan con sus particularidades locales en distintos lugares del planeta. En lo referente a la imagen de las mujeres se han globalizado muchos de los estereotipos.

5.1 RECURSOS TÉCNICOS



Para lograr imágenes inclusivas es fundamental tener presente que los planos son la estructura mínima de la narración visual, y que la unión de planos dará sentido al relato. También es esencial identificar en qué espacios se centra la cámara fotográfica o de televisión, y la lectura espacial, es decir, en qué lugar se decide colocar la imagen y qué tipo de perspectivas se utilizan. Hay que sumar la iluminación y el color que tienen un valor expresivo ya que apoyan la narración.

Pilar López Díez⁴ brinda una serie de ítems prácticos a tener en cuenta en el tratamiento periodístico de la imagen que puede ser muy útil, especialmente en imagen audiovisual. López Díez señala que es necesario prestar atención a los detalles técnicos como movimiento y el emplazamiento de la cámara, la colocación, la luz, el plano, el foco... pero además es importante tomar en cuenta el estatus social de la persona enfocada y su influencia sobre la percepción de la audiencia. Esto en particular porque influye a la hora de elaborar estereotipos a través de la imagen visual. Por ejemplo, el estereotipo 'ella más baja que él' se puede relacionar con el vínculo creado entre el poder y su relación con el tamaño.

Señala también la reflexión sobre los diferentes significados que se suelen dar al cuerpo de la mujer, la ilustración de noticias con cuerpos sexuados, a través de la representación de la mujer sin nombre. Y la evolución de los estereotipos tradicionales a los nuevos; de la mujer tradicional a la súper mujer que asume triples jornadas.

Elvira Altés Rufias, periodista y antropóloga (2004: 52), también propone una reflexión sobre las nuevas re combinaciones de los arquetipos femeninos que se muestran en imágenes: “*puede*

⁴ Pilar López Díez- Programa de formación para personal de medios de comunicación, agencias, servicios de prensa y publicidad-2006- www.pilarlopezdiez.eu/index.htm

que existan mujeres de verdad: mujeres identificadas con la superwoman; que cargan con las responsabilidades domésticas y familiares, además de su carrera profesional, y que en ese sobre esfuerzo pueden llegar a enfermar de fatiga crónica, o esas mujeres jóvenes y adolescentes que ante el requerimiento social de una belleza sin fisuras, se esfuerzan por controlar su cuerpo, aún a costa de volverse bulímicas o anoréxicas; sin olvidar esas Amazonas que van por ahí pisando fuerte, con más hombría que muchos de ellos, empeñadas en imitar el modelo masculino y su forma de ostentar el poder, cuyo premio ante tanta osadía no es otro que el de la soledad. ¿Son reales estas nuevas mujeres? ¿Se corresponden a nuevas identidades? ¿O solamente se trata de nuevos estereotipos?”.



“La ley del agrado que hace que exista una correlación entre mayor libertad de las mujeres y mayor exposición de sus cuerpos, porque el sexo femenino tiene ‘el deber’ de agradar, ‘deber’ que se incrementa en la misma proporción que la libertad de las mujeres. Situación que ellas no pueden manejar”.

Amelia Valcárcel

5.1.1 RECOMENDACIONES PARA EL TRATAMIENTO NO SEXISTA DE LAS IMÁGENES

Normalmente el uso de la imagen en relación a la reproducción de patrones sexistas es mucho más sutil en las imágenes periodísticas que en la publicidad.

Sería ideal que los medios, en todos sus formatos, contaran también en la parte visual con la presencia de personas con distintas características físicas, étnicas, socioeconómicas y etarias de manera general; lo cual mostraría una realidad más acorde a la composición de la sociedad y fomentaría la construcción de modelos de referencia más diversos, con nuevos comportamientos, actitudes y valores.



Por eso es interesante poner en debate el lenguaje visual de los medios. Es importante incorporar en el intercambio al personal de fotografía, cámaras, edición y diseño, y a quienes tienen que ver con la producción y selección de imágenes en un medio. Las agencias de publicidad y los responsables de medios deberían preocuparse por capacitar al personal que trabaja con imágenes y generar espacios de encuentro entre especialistas en género y profesionales para que, en conjunto, vayan encontrando estrategias inclusivas.

Te proponemos:

- Presentar hombres y mujeres en papeles diferentes a los tradicionales, sin encasillar situaciones y profesiones a la masculinidad o feminidad.
- Visibilizar la diversidad. No hay 'un modelo' de mujer, hay muchos tipos de mujeres, al igual que de hombres.
- Prestar especial atención a cómo se muestran a mujeres jóvenes o niñas. Por ejemplo, el modelo de delgadez propuesto en la mayoría de las imágenes, afecta a las mujeres en general pero especialmente a niñas y adolescentes.
- Revelar los logros de las mujeres y hombres en espacios no tradicionales.
- Mostrar la diversidad de personas (etnia, edad, cultura, etc.).
- No usar el cuerpo de la mujer para incitar ni al deseo ni al consumo. ¿Todo tipo de productos (noticiosos o publicitarios) necesitan ser 'vendidos' con un cuerpo de mujer?
- Tener en cuenta el tamaño en el que aparecen las fotos y las personas.
- Los planos, la luz, la ubicación en el espacio, el sonido.
- La actitud y los gestos en que se presentan a las personas (No presentar a las mujeres con gestos infantiles y propósitos sexuales).
- La posición del cuerpo, si se presenta cuerpo entero o sólo partes del mismo, y con qué intencionalidad.
- Equilibrio numérico.
- La música forma parte de la narrativa audiovisual. Refuerza la imagen. Resalta acciones y emociones. Es necesario tener presente qué tipo de musicalización se utiliza y las letras de las canciones para no caer en discriminaciones.

5.1.2 ESTRATEGIAS QUE PERMITAN LOGRAR IMÁGENES INCLUSIVAS

Algunas estrategias pueden ser:

- Legislaciones específicas que no se contrapongan con la libertad de expresión.



Hay legislaciones, como la ley argentina de Protección Integral a las Mujeres, que incorpora el concepto de violencia mediática que incluye la difusión de mensajes que promuevan “la explotación de las mujeres”, que “injurie, difame, discrimine, deshonre, humille o atente” contra su dignidad “como así también la utilización de mujeres, adolescentes y niñas en mensajes e imágenes pornográficas, legitimando la desigualdad de trato o que construya patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o generadores de violencia”.

- Herramientas de autocontrol que se den desde los mismos medios y desde los grupos empresarios relacionados con la publicidad.
- Llevar los reclamos a instancias como las Defensorías del Pueblo u organizaciones de defensa de consumidores.
- Capacitar en género desde sindicatos y asociaciones de periodistas hasta reporteras y reporteros gráficos y personal de televisión.
- Distintos medios de la región cuentan con espacios de capacitación para sus planteles profesionales. Una opción interesante es incorporar en estos espacios la educación audiovisual con perspectiva de género. Una práctica de autocritica constructiva.
- Premios y anti-premios: para destacar las producciones inclusivas y exponer aquellas que discriminan.



En Perú se otorga el premio 'Fem TV' a las publicidades no sexistas y el antipremio 'Sapo'. Con el lema 'La mujer es una cosa en la televisión, tú qué opinas', el Colectivo Fem TV integrado por el Centro Flora Tristán, DEMUS, Milenia Comunicaciones y el Movimiento Manuela Ramos lanza su campaña para que la gente vote a través de la página www.colectivofemtv.org donde cada año se cuelgan los spots preseleccionados.

5.2

LA PUBLICIDAD, EL DEBATE ESTÁ SERVIDO

Los medios masivos se sustentan con publicidad. Una publicidad que a menudo va de la mano con lo que muestran las imágenes televisivas. Además, no es extraño ver en medios, en línea o gráficos, una noticia sobre alguna temática social o de género que al lado tiene una publicidad sexista o discriminatoria. Se añade además el debate con los avisos de "contactos" publicados en los medios que se relacionan a menudo con casos de trata de personas.

La publicidad es un tipo de comunicación muy particular ya que para maximizar el "rendimiento comunicativo" en el menor tiempo posible, utiliza el "saber" cultural aprendido que se refleja en los estereotipos, aunque en algunos casos se basen en prejuicios discriminatorios. Y es que, a través del lenguaje publicitario principalmente, nos hacen pensar que la gran mayoría de las mujeres nacimos para ser reclamo sexual impactante u objeto de deseo, o para dejar la ropa reluciente, alimentar el estómago del marido y cuidar de la familia. La publicidad no abandona ni los roles tradicionales ni la comunicación a través de estereotipos sexistas, sabiendo que desde este poderoso mecanismo de comunicación se podrían desmontar muchos de los estereotipos y prejuicios presentes en las sociedades actuales.

No debemos considerar la publicidad de contenido sexista como un mensaje más. Ya que se trata de una forma de violencia simbólica que suele pasar inadvertida como una broma. Retomamos las palabras de Bourdieu sobre la violencia simbólica como una forma de poder que se ejerce directamente sobre los cuerpos y como por arte de magia, al margen de cualquier coacción física. Pero esta magia sólo opera apoyándose en unas disposiciones registradas, a la manera de unos resortes, en los más profundo de los cuerpos; *Bourdieu (2000:54)*. Los medios de comunicación son parte de los mecanismos que instauran en todo nivel esa violencia simbólica.

Los estereotipos afectan a hombres y mujeres. Es notable cómo se repiten escenas en las que los hombres suelen ser torpes o no aptos cuando realizan tareas domésticas. O se deja claro que es una acción transitoria cuando en la vida real también hay hombres que se ocupan de este tipo de tareas. Además, los papeles masculinos se relacionan con seguridad, fuerza, riqueza, prestigio, músculos y éxito para ellos. Una presión que se hace sentir en la construcción de las masculinidades hegemónicas.

Los estereotipos afectan a hombres y mujeres.

Ejemplos de publicidad sexista:

- Una publicidad de una marca de automóviles mostraba que un adolescente 'se hacía hombre' yendo a un prostíbulo en compañía de su papá. Ambos con el auto de la marca en cuestión.
- Una reconocida marca de fragancias para hombres utiliza permanentemente spots que han recibido cuestionamientos en distintos países por su sexismo. Siempre las mujeres aparecen sin decisión, manipulables y como 'trofeos' del hombre.
- En tanto las mujeres aparecen mostrando sus cuerpos con significado sexual o haciendo las tareas domésticas, impecables siempre ellas.
- Publicidad de una línea de productos de limpieza para el hogar ha incluido 'un ayudante', una especie de 'súper hombre' (es una caricatura, no un señor de verdad) que viene a 'salvarla' y a 'enseñarle' cómo se utilizan los limpiadores. Parece que ella sola no puede limpiar la cocina.
- Y la languidez y delgadez extrema se presenta como sinónimo de éxito para ellas, y cuando se considera a las mujeres independientes y seguras de sí mismas son masculinizadas.

5.2.1 OBSERVACIÓN CRÍTICA DE LA PUBLICIDAD



En los últimos años se han creado observatorios de medios para regular los vacíos de la ética publicitaria, sin embargo, las pocas implicaciones legales y sanciones que tienen este tipo de estrategias hacen que mostrar mensajes sexistas y polémicos sea rentable para las empresas y para las agencias de publicidad.

El Instituto de la Mujer de España considera que la publicidad sexista:

"... coloca a las mujeres y lo femenino en posiciones de inferioridad y en funciones limitadas e infravaloradas". Y que: "La constatación de que esa desigual imagen sitúa a las mujeres en posiciones carentes de autoridad o como meros objetos y que, por tanto, contribuye a sostener una ideología que admite y justifica la violencia de género". En base a esto se modificó la Ley General de Publicidad de España que especifica que son ilícitos aquellos anuncios que "...representan a las mujeres de forma vejatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende".

5.2.2 ¿ANUNCIOS DE CONTACTOS?

Avisos como éste aparecen en muchas publicaciones latinoamericanas:



"Muchos de los teléfonos publicados en esos avisos pertenecen a un mismo dueño."

Imagen: Guadalupe Lombardo

Fuente:

<http://www.pagina12.com.ar/diario/sociedad/3-154487-2010-10-07.html>

En países latinoamericanos y en España está en curso un debate sobre la publicación de avisos sexuales o avisos de contacto en los medios, gracias a iniciativas de gobiernos locales, integrantes de parlamentos y organizaciones sociales.

El concepto es que estos anuncios se usan a menudo como “ganchos” para la trata de personas, y la trata es un delito. En varios países algunos periódicos han anunciado que darán de baja este tipo de publicidades –como parte de su política de responsabilidad social- otros se niegan por cuestiones económicas.

Recientemente la Ley de Igualdad aprobada en España clasificó como ilícitos este tipo de anuncios por considerar que contienen, en muchos casos, mensajes degradantes y especialmente porque fomentan el negocio ilegal de la trata de personas.



“La potente industria de los medios de comunicación y de la publicidad contesta, con especial virulencia, cualquier intento de regulación efectiva que pudiera impedir la diseminación de contenidos sexistas y lo hace amparándose en la sacrosanta ‘libertad de expresión’ que, en la práctica, no es más que la libertad total de la industria para obtener grandes beneficios; beneficios para algunos pocos, aunque ello suponga poner en riesgo el derecho a la vida, a la dignidad y a la libertad de todas las mujeres”.

Pilar López Díez.



Incluimos este debate en este Manual porque, aunque la publicidad difiere del análisis periodístico, hay que considerar que profesionales de la comunicación en muchos países de la región se han convertido en realizadores y vendedores de publicidad, tal como lo revela la Federación de Periodistas de América Latina y El Caribe en su informe del año 2010 sobre la situación de la profesión; Periodistas que deben vender pautas para poder seguir con su trabajo o sostener espacios en medios. Por lo tanto, se hace necesario detenerse también en el análisis de la imagen publicitaria por la estrecha relación que tiene con el periodismo.



“Las imágenes no son inocentes, no son neutras; las imágenes transmiten mensajes que son captados de manera inmediata, muchas veces en forma no consciente, transformándose en sensaciones, sentimientos y emociones. Y este principio es el que aplica la publicidad. Hoy importa más la imagen que el producto en sí. Es irrenunciable que las empresas publicitarias incorporen la perspectiva de género en la elaboración de sus campañas publicitarias para transformar los roles de género tradicionales ‘Guía de Lenguaje no sexista en medios de comunicación y publicidad’ del Gobierno de Tenerife.

Ejercicio:

Proponemos ver estos dos documentales. El primero es de Italia y fue realizado por Lorella Zanardo y Marco Malfi Chindemi. Se llama ‘El cuerpo de las mujeres’ y puede verse en este enlace:

http://www.ilcorpodelledonne.net/?page_id=259

El segundo fue realizado por el Ministerio de Educación de Argentina y puede verse aquí: <http://www.youtube.com/watch?v=rKOhWwrl7k>

Luego de ver los dos materiales audiovisuales sería interesante que periodistas, personal de fotografía y cámaras pudieran analizar en grupo:

- ¿En estos documentales has encontrado similitudes con lo que se ve en las televisoras de tu país? ¿Cuáles? ¿Hay diferencias?
- En los dos documentales: ¿Con cuáles mujeres te identificas? ¿Por qué?
- En los dos documentales: ¿Con qué hombres te identificas? ¿Por qué?
- ¿Qué estereotipos crees que se fomentan a partir de lo que muestran estos materiales audiovisuales?
- ¿Qué planos se eligen para mostrar los cuerpos de mujeres? ¿Y los cuerpos de hombres?

REFLEXIÓN

Necesitamos profundizar y revisar el lenguaje audiovisual periodístico, para lo cual es necesario fomentar que desde la academia, organizaciones sociales, responsables de medios y agencias de publicidad, organizaciones periodísticas y de profesionales que trabajen con la imagen se instale el tema. Trabajar en equipo para que, tanto el lenguaje de las palabras como el de las imágenes, no discriminen.

6

**HAZTE NUEVAS PREGUNTAS.
TRATAMIENTO INCLUSIVO
DE DISTINTOS TEMAS.**

Tradicionalmente se han considerado seis las preguntas que toda noticia, por su carácter informativo, debe responder. Ya las conoces, son las preguntas básicas del periodismo, las llamadas “W” por sus términos en inglés.

1. ¿Qué? (what) Lo acontecido que se convertirá en noticia
2. ¿Quién? (who) Personas involucradas en el hecho.
3. ¿Cómo? (how) La manera en que se dio el acontecimiento.
4. ¿Cuándo? (when) El día, la hora y el momento.
5. ¿Dónde? (where) El lugar de los hechos.
6. ¿Por qué? (why) o ¿para qué?

La pregunta ¿Por qué? a menudo queda sin respuesta en las notas diarias ya que el ritmo de producción de información ha priorizado la cantidad de información a la calidad de la misma. Sin embargo sigue siendo una pregunta necesaria para incorporar algún tipo de análisis.

Lo que te proponemos ahora son nuevas preguntas para identificar situaciones que no se ven a primera vista y que puedan ayudarnos a entender el porqué la igualdad formal y legal, que ya existe en muchos ámbitos y países, no garantizan el ejercicio real de derechos.



Nuria Varela, feminista española y periodista de guerra, principalmente sugiere en su libro “Feminismo para Principiantes” que hay que preguntarse siempre ¿Dónde están las mujeres? En los resúmenes de programación, en las universidades, en los puestos directivos de las empresas, ante los libros de historia, ante las portadas de los periódicos.



EL ENFOQUE DE GÉNERO

"Hay que aprender el componente de poder que reside en el núcleo de toda verdad y desconfiar de ciertas verdades aún aparentemente bien establecidas".

Amelia Valcárcel

En este apartado enfocamos el trabajo en una serie de temas que pertenecen a la agenda del desarrollo, analizando desde el enfoque de género cada uno de ellos, añadiendo datos, referencias, reflexiones y preguntas que apoyen la realización de tu cobertura. La idea es que puedas transversalizar el género en las distintas áreas y en los distintos formatos de coberturas del medio en el que trabajas.

Los temas elegidos son participación política, economía y trabajo, migración, pobreza, medio ambiente, salud y violencia contra las mujeres (violencia de género, trata de personas, violencia sexual contra las mujeres en situación de conflicto armado). En cada caso te recomendamos revisar el glosario si alguno de los términos que aparecen no te son familiares.

6.1 PARTICIPACIÓN POLÍTICA

Las mujeres apenas figuran en la vida política que se muestra a través de los medios. Ciertamente existen menos mujeres que hombres en este ámbito y, aunque las cuotas de participación han aumentado, aún estamos lejos de la paridad. ¿Por qué? No hay una respuesta única a la pregunta pero, entre ellas, la división sexual del trabajo aparece como un elemento clave.

El largo y complejo proceso de incorporación de las mujeres al ámbito político es fruto de las luchas de los movimientos de mujeres. Un proceso donde la cultura y las prácticas políticas hegemónicas constituyen importantes obstáculos para su incorporación y permanencia. A pesar de las dificultades se han logrado avances importantes en el último siglo. Las mujeres están ingresando en los diferentes espacios públicos de decisión llevando de la mano, en muchas ocasiones, la inclusión de nuevos temas a la arena política, y el cuestionamiento a las prácticas arraigadas en modelos androcéntricos.

El poder no se tiene, se ejerce: no es una esencia o una sustancia, es una red de relaciones

Nuria Varela

Sabemos que las reivindicaciones en torno a la participación de las mujeres en los espacios de poder político tienen una larga trayectoria, pero la información mediática relacionada con la política no establece una relación con la agenda de género. Hay algo que no estamos viendo.



FUENTES Y DATOS A TENER EN CUENTA

En Latinoamérica y El Caribe hay un 20% de mujeres diputadas y 6% de alcaldesas. La representación todavía es baja si se compara a los avances en otras áreas. Esa fue una de las conclusiones del Encuentro de Mujeres Parlamentarias de América Latina y El Caribe que se realizó en Madrid entre los días 15 y 16 de junio de 2009. Allí también se destacó que los países con mayor representación de las mujeres son Cuba (49.2%), Argentina (40%) y Costa Rica (36.8%); mientras que la representación más baja se observa en Colombia (8.4%), Brasil (9%) y Guatemala (12%). El avance en las senadurías ha sido más lento. Los datos de 2009, en comparación con 2001, muestran un solo país con retroceso (Senado en Paraguay: 18% en 2001 y 16% en 2009), y un lento pero sostenido avance a nivel general.

En tanto, seis mujeres han llegado a Presidencia de la República por la vía de las urnas: la nicaragüense Violeta Barrios de Chamorro (1990); la panameña Mireya Elisa Moscoso (1999); la Presidenta de Chile, Michelle Bachelet (2005); Cristina Fernández de Kirchner, en Argentina (2007), Laura Chinchilla Miranda, Costa Rica en 2010, y en 2011 Dilma Rousseff en Brasil. La integración en gabinetes ministeriales es otro punto a destacar. Mientras en la década de los '90 apenas alcanzaba el 9%, diez años después el porcentaje de ministras se triplicó hasta llegar al 24%. Los datos para el 2009 indican un descenso al 21.6%. Un cambio cualitativo es que cada vez más mujeres ocupan carteras tradicionalmente reservadas a los hombres como las de Interior, Defensa, Economía, Producción, Industria y Ciencia y Tecnología, entre otras.



Y tú. ¿Conoces como está la situación actual en tu país? ¿Dónde puedes conseguir información?

La Unión Interparlamentaria Mundial (www.ipu.org) cuenta con investigaciones y datos actualizados. Y en la web www.un-instraw.org del Instituto Internacional de Investigaciones y Capacitación para la Promoción de la Mujer (UN-INSTRAW en inglés, ahora parte de ONU MUJERES) hay información sobre participación política.

El Parlamento Latinoamericano (<http://www.parlatino.org>) tiene comisiones temáticas para ver las distintas realidades de la región en cuanto a participación democrática de distintos actores sociales.

ELA - Equipo Latinoamericano de Justicia y Género- promueve la Igualdad en el acceso a la justicia y las políticas públicas. Trabaja en distintos países de la región. (<http://www.ela.org.ar>)

La Red Internacional de Información sobre Mujeres y Política (*iKNOW Politics*) es un espacio de trabajo en Internet diseñado para satisfacer las necesidades de personas en funciones políticas o con candidaturas, dirigencia y participantes, militantes o activistas de partidos políticos, así como para personas que investigan, estudian o profesionales con interés en promover la participación de la mujer en política. El objetivo de iKNOW Politics es incrementar la participación y eficacia de la mujer en la vida política:

<http://www.iknowpolitics.org/es/node/318>

PNUD RSCLAC, en su portal América Latina Genera, posee una sección especial de gobernabilidad y un mapeo sobre iniciativas en participación política en América Latina:

- Sección Gobernabilidad:

http://www.americalatinagenera.org/es/index.php?option=com_content&view=article&id=193&Itemid=287

- Mapeo:

http://www.americalatinagenera.org/es/index.php?option=com_content&view=article&id=174&Itemid=335&&mapa_id=2



SIGUE LA RUTA... ALGUNAS PISTAS PARA TU COBERTURA:

- Solicita información de participación en los espacios de poder, desagregada por sexo.
- Analiza las similitudes y diferencias en el ejercicio del poder de hombres y mujeres.
- Observa si es igual la distribución de responsabilidades entre mujeres y hombres en el ámbito privado, y compara si ese esquema se repite o no en el ámbito público.
- Identifica cuáles son las resistencias culturales e institucionales que provocan obstáculos en mujeres y cuáles en el caso de los hombres para que desarrollen sus carreras políticas.
- Considera si existen mecanismos reales para poder hablar de igualdad de condiciones de diferentes grupos sociales a la hora de participar en política.
- Observa, con lupa de género, los temas que impulsan políticos y políticas cuando ejercen cargos públicos.
- Investiga la larga trayectoria de reivindicación de las mujeres por participar en los espacios de poder.
- Ten en cuenta la presencia o ausencia de ley de cuotas (puedes ver en el glosario más información sobre este tema) en tu país o comunidad; indaga sobre su cumplimiento y si ha significado un avance cualitativo.
- Averigua las causas de la sub-representación femenina en los puestos de toma de decisión en las estructuras formales en todos los niveles (regional, nacional y local).
- Cuando entrevistes a una política pregúntale lo mismo que a un hombre.
- Hay una tendencia a hablar de su sensibilidad y de su familia. Por ejemplo, suele consultarse a las mujeres sobre cómo organizarán su vida pública con el cuidado de sus hijos e hijas. Reflexiona si le preguntarías lo mismo a un hombre.

Ejercicio

Seleccionamos una serie de notas de medios de distintos países para detectar, en la propia práctica profesional cotidiana, los estereotipos de género asociados al mundo de la política y también para descubrir cómo podemos colaborar desde el periodismo para sumar al debate.

E1

Vanguardia-México/www.vanguardia.com.mx

The screenshot shows the Vanguardia-México website. The main headline is "El país, ¿preparado para tener una mujer como presidente?". Below the headline, it says "El Universal 19-Septiembre-2010". There is a small image of a woman, likely Josefina Vázquez Mota, and a caption that reads "El país, listo para una presidenta: 48% de encuestados". The article text mentions that nearly 50% of Mexicans believe the country is ready for a female president, while 38% say no and 13% are unsure. It also notes that 57% prefer PAN, 37% prefer PRD, and 46% prefer PRI. The article is dated September 19, 2010.

La nota completa puedes verla en:

<http://www.vanguardia.com.mx/elpais%C2%BFpreparadoparatenerunamujercomopresidente?550592.html#>

Acá sólo extraeremos unos párrafos para poder realizar el análisis propuesto en la ejercitación:

Casi 50% de los mexicanos cree que México está preparado para tener una mujer como presidenta... (...)

Al referirse a Josefina Vázquez Mota: (...) Esa mañana podría verse a Vázquez Mota de sonrisa continua, impecable vestimenta, con un cuidado personal plus, ademanes suaves, voz modulada. Cierta tensión, atribuida al estreno de trinchera. ¿Esa dama delgada y cordial iba a cohabitar con los varones del Congreso? ¿Aguantaría la vorágine de negociaciones y las sesiones hasta la madrugada? (...)

E1

(...) En este septiembre de 2010 preside la Junta de Coordinación Política, o sea, el club de líderes de San Lázaro. Seis lobos y la dulce Josefina con la brújula de ese liderazgo colectivo. Con ella está su atmósfera de aire fresco, de cada cosa en su lugar. (...)

Al hablar de Beatriz Paredes: (...) La lideresa del PRI ha tardado en fijar posiciones en torno al aborto, el incremento al IVA en 2009, matrimonios entre personas del mismo sexo, pero, afirman quienes más la conocen, tiene mucha sensibilidad política sobre esos temas. (...)

E2

El Comercio-Perú/http://elcomercio.pe

The screenshot shows the homepage of El Comercio Perú. The main headline is 'La mayoría de limeños votaría por una mujer para presidente de la República'. Below the headline, there is a sub-headline: 'Según una encuesta de la Universidad de Lima, el machismo es el principal obstáculo que enfrentan las mujeres que incursionan en política'. There are two small photos of women. To the right of the main article, there is a sidebar with a calendar for 'JUEVES 19 MAYO' and a list of other news items with their respective view counts.

La nota completa puedes verla en:

<http://elcomercio.pe/politica/424232/noticia-mayoria-limeños-votaria-mujer-presidente-republica>

Acá sólo extraeremos unos párrafos para poder realizar el análisis propuesto en la ejercitación:

Según una encuesta de la Universidad de Lima, el machismo es el principal obstáculo que afrontan las mujeres que incursionan en política. (...)

Ambas noticias surgen a partir de encuestas. Compara el tratamiento que se realizó en cada nota.

Mira los títulos y el contenido de ambas notas: ¿Utilizan un lenguaje no sexista? Subrayamos algunos párrafos de la nota 9 ¿Qué estereotipos detectas? ¿Te parece apropiada la frase "Seis lobos y la dulce Josefina"?

¿Consideras que la nota 10 profundiza en lo que afirma en la bajada: "el machismo es el principal obstáculo que afrontan las mujeres que incursionan en política"?

Convierte la nota 9 en un reportaje. Piensa qué le preguntarías a las funcionarias teniendo en cuenta lo visto en este apartado.

¿Qué más fuentes considerarías?

REFLEXIÓN

Las descripciones a menudo son ejemplo evidente del uso sexista de la lengua y del enfoque del periodista. Recuerda también que puede ser útil visibilizar el tema de la doble jornada como un impedimento para el desarrollo de la carrera profesional de una mujer en política, pero sin dejar de reflexionar en el porqué, si los hombres también tienen familia, nunca se hace este tipo de apreciaciones en ellos.

Ellas y el poder: La presidenta argentina Cristina Fernández quedó viuda en octubre de 2010. Su marido, Néstor Kirchner, fue su antecesor en la presidencia. Conocida la noticia del fallecimiento del ex Mandatario se sumaron opiniones del tenor de la noticia que sigue:

E3

La Nación- Argentina/www.lanacion.com.ar

The screenshot shows the La Nación website interface. At the top, there's a navigation bar with links like 'Inicio', 'Últimas noticias', 'Edición impresa', 'Opinión', 'Política', 'Economía', 'Inf. general', 'Deportes', 'Especialidades', 'Tecnología', 'Humor', 'Blogs', and 'Servicios'. Below this, there's a section for 'Política' with a sub-header 'Móvil: 011-4824-1117'. The main article is by Rosendo Fraga, titled 'Sin Kirchner, Cristina puede asumir el poder'. The article text starts with 'La desaparición del líder del oficialismo genera múltiples interrogantes. Es la primera vez en la historia argentina que la ausencia de alguien que no es el Presidente genera una situación semejante.' Below the article, there's a small image of Néstor Kirchner and a list of related news items.

La columna de opinión completa en:
http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1319039

Nos detendremos sólo en el título aunque es muy interesante leer todo el análisis de Rosendo Fraga para analizar. Volviendo a la reflexión:

- ¿Se asume que sin marido no tiene poder real la Presidenta? ¿o que ella presidía bajo el poder real de su marido?
- ¿Qué opinas del título en base a lo que vimos sobre lenguaje sexista en relación a la igualdad de trato? Kirchner // Cristina

Para concluir con los ejercicios sobre tratamiento periodístico y participación política, veamos estas dos coberturas sobre la asunción de la presidenta brasileña Dilma Rousseff:

La esposa del vicepresidente brasileño se roba el protagonismo en la investidura

Brasil, 24 ene (EFE). - Marcela Temer, la joven esposa del nuevo vicepresidente de Brasil, Michel Temer, fue la sensación de la ceremonia de investidura de la presidenta Dilma Rousseff y se convirtió en el tercer asunto más comentado en las redes sociales, informaron hoy medios del país.

Vestida con una blusa mandrill que dejaba un hombro al descubierto y una falda salmón, Marcela Temer, de 27 años, acaparó las miradas en los actos de investidura celebrados ayer en Brasilia y su indumentaria ha sido calificada hoy de propia de una "diosa romana", por el diario O Estado de São Paulo.

Para la ocasión, Marcela Temer, 43 años más joven que su marido, que tiene 70, decidió recoger su larga melena rubia en una trenza.

La joven, que se casó con Michel Temer en una ceremonia íntima en 2003, quería ser modelo y se presentó a varios concursos de belleza, aunque tras su boda se formó en derecho.

Natural del estado de São Paulo, hija de un empresario y una ama de casa, conoció a su actual esposo durante una convención del Partido del Movimiento Democrático Brasileño (PMDB), al que pertenece Temer, según el rotativo Folha de São Paulo.

Fuente:
<http://ar.news.yahoo.com/s/O2012011/24/entertainment-esposavicepresidente-brasilerobaprotagonismo.html>

Dilma Rousseff gobernará con 9 mujeres entre 37 ministros y arropada por PT

Brasil, 22 de (EFE). - La presidenta electa de Brasil, Dilma Rousseff, completó hoy la lista de su futuro gabinete, que tendrá nueve mujeres y estará dominado por el Partido de los Trabajadores (PT), de su marido y actual mandatario, Luiz Inácio Lula da Silva.

Las dos últimas miembros del equipo ministerial que acompañará a Rousseff desde el 1 de enero fueron convocadas hoy y participaron al PT, que tendrá en total 17 ministros y será el partido con más peso en el Gobierno.

Se trata del diputado Alvaro Bandeira Figueira, quien ocupará la cartera de Desarrollo Agrario, y de la también diputada Viny Lopes, quien se hará cargo de la Secretaría de Políticas para Mujeres, que tiene rango de ministerio.

Además de ser el más numeroso, el PT, al que Rousseff se alió en 1990, contará con las principales corrientes de las áreas política y económica.

El ex ministro de Hacienda Antonio Palocci, quien fue uno de los coordinadores de la campaña electoral

Fuente:
<http://www.elcorreo.com/agencias/20101222/masactualidad/mundo/dilma-rousseff-gobernara-mujeres-entre-201012221650.html>

- Analiza las dos noticias. ¿Qué estereotipos reproducen?
- Cuando cubres la asunción de una mujer en un cargo público: ¿Qué resaltas en tus coberturas?
- ¿Destacarías en un titular la cantidad de hombres en un gabinete? Reflexiona el porqué de tu respuesta.
- ¿Qué criterio noticioso crees que explica que se le dé protagonismo en la nota a la mujer del vicepresidente?

REFLEXIÓN

Paráte sobre todo en las descripciones que aparecen en la primera nota y en los cuatro últimos puntos que se proponen en la Ruta para el análisis de la segunda.



Recomendamos la visualización del material audiovisual:

Mujeres parlamentarias: de la inclusión a la paridad. Políticas que Transforman:

<http://www.youtube.com/user/RSCLACPNUDAreaGenero#p/u/1/gIKjGkKYMrc>

Desde la obtención del derecho al voto se han producido avances importantes en cuanto a la participación política de las mujeres, pero alcanzar la paridad numérica es sólo el inicio del proceso. Sigue siendo necesario eliminar los obstáculos para que las mujeres entren en el ámbito político, pero sobre todo para que permanezcan en él: estructuras partidarias patriarcales, reparto desigual de las tareas de cuidado, falta de recursos económicos necesarios para la política. El gran desafío lo constituye la transformación profunda de las relaciones entre hombres y mujeres, legislando e implementando normativas que promuevan la igualdad de derechos y oportunidades, especialmente, en las áreas donde se presentan las mayores dificultades. Este desafío involucra no sólo a las parlamentarias sino a todos los representantes políticos de la región.

Este audiovisual ha sido elaborado por el Área Práctica del Centro Regional del PNUD, en el marco de la colaboración con el Fondo Fiduciario España-PNUD, AECID y UNIFEM.

6.2

ECONOMÍA Y TRABAJO

Tradicionalmente la economía, como disciplina, no ha considerado que el comportamiento de hombres y mujeres sea diferente como resultado de los roles que les han sido socialmente asignados, y que implican diferentes posiciones jerárquicas en la sociedad. Las políticas económicas tampoco incluyen en su formulación o evaluación una perspectiva de género.

El resultado de esto es que la producción doméstica se ha dejado constantemente fuera de las fronteras de la economía y el trabajo no remunerado del hogar no se ha considerado una fuente de valor económico. Ello se refleja en la práctica, en la información que recogen, o no, las estadísticas y en la definición de los indicadores laborales.

“Se dice” que vivimos en igualdad, pero para desenmascarar la realidad y evidenciar las desigualdades nada mejor que nuevas cifras e indicadores relativos al trabajo: infravaloración social, no corresponsabilidad, dobles y triples jornadas, salarios desiguales.

Los datos más recientes los ofrece el Informe “Trabajo y Familia: hacia nuevas formas de conciliación con corresponsabilidad social”, elaborado por la OIT y el PNUD, donde se constata que en América Latina y El Caribe hay 100 millones de mujeres insertas en el mercado laboral y que alrededor de un tercio de los hogares de la región depende de los ingresos de una jefa de hogar que mantiene a su familia sin el apoyo de una pareja.

También señala que un 53% de las mujeres de América Latina y El Caribe están incorporadas al mercado de trabajo, y un 70% de las mujeres de entre 20 y 40 años son económicamente activas. A esto se añade que en la economía informal de la región la mayoría son mujeres: 50,7% es la tasa de informalidad de las mujeres ocupadas ante un 40,5% de los hombres.



En el análisis cualitativo el Informe aporta que “estos y otros cambios han generado una crisis del modelo tradicional en torno al cual se organizó el trabajo productivo y reproductivo; y los mecanismos de conciliación tradicionales (a cargo de la madre-dueña de casa) no dan respuesta a estas nuevas necesidades, generando una sobrecarga de tareas para las mujeres, en especial las de menos recursos”. Para afrontar esta nueva realidad los organismos recomiendan que las tareas de cuidado sean compartidas entre hombres y mujeres, pero también entre el Estado, el mercado y las propias familias.

Otra lectura importante es la que da cuenta de las transformaciones en los vínculos que las familias de la región tienen con la economía y los mercados laborales: los hogares son más pequeños y han aumentado aquellos que están a cargo de una mujer y aquellos con dos o más proveedores.

Desde estas líneas pretendemos identificar algunos de los vacíos en el enfoque tradicional de la economía y de las coberturas periodísticas del tema y, de esta forma, reconocer el balance que hacen las personas entre las obligaciones laborales y familiares.



FUENTES Y DATOS A TENER EN CUENTA

Según el Banco Mundial, la conmoción financiera está provocando entre 200.000 y 400.000 muertes adicionales de lactantes por año en el período 2009-2015. Las perturbaciones negativas son más perjudiciales para las niñas que para los niños; en los países en situación de pobreza, donde ya existía una baja tasa de escolaridad femenina, las niñas están muy expuestas a que dejen de enviarlas a la escuela cuando los hogares afrontan la disminución de sus ingresos. En los países en desarrollo es probable que el ingreso de las mujeres se reduzca como consecuencia de la pérdida de puestos de trabajo en las industrias orientadas a la exportación, la contracción del microcrédito y/o la disminución de las remesas.

Para ampliar estos datos el Banco Mundial ofrece estadísticas de género que pueden verse en www.worldbank.org/lacgender

Por su parte el Departamento de Investigación del BID cuenta con Latin Macro Watch <http://www.iadb.org/research/LatinMacroWatch/CountryTable.cfm?lang=en> para América Latina y El Caribe; una herramienta interactiva que da acceso, a través de Internet, a una extensa base de datos de indicadores macroeconómicos para los 26 países miembros.

RSCLAC PNUD, en su portal América Latina Genera, posee una sección dedicada al tema de economía y trabajo:

http://www.americalatinagenera.org/es/index.php?option=com_content&view=article&id=187&Itemid=157

En la publicación 'Género y Negocios- Casos exitosos en cuatro continentes' del BID, puede leerse que en América Latina y El Caribe las mujeres todavía enfrentan muchos desafíos cuando se trata de la equidad en el ámbito de trabajo. Cerca de la mitad de las mujeres que trabajan están empleadas en el sector informal donde las condiciones de trabajo son precarias. Pero aún cuando estén empleadas en el sector formal, las mujeres representan tan sólo el 55% del ingreso promedio que perciben los hombres por el mismo tipo de empleo. Sin embargo, los casos presentados por el BID en este informe muestran una tendencia positiva en la región.

En tanto, el Índice de Disparidad de Género del Foro Económico Mundial (FEM) presentado el 12 de octubre de 2010 hace referencia a las desigualdades de género en áreas como la participación económica y los salarios, niveles de participación y acceso a posiciones elevadas, al igual que los niveles de acceso a educación, política y sanidad. En su "ranking" ubica a los países de América Latina y El Caribe en los siguientes puestos: Trinidad y Tobago (21) y Cuba (24) son los dos países con mejores posiciones; seguidos por Costa Rica (28), Argentina (29), Nicaragua (30), Panamá (39), Ecuador (40), Chile (48), Honduras (54), Colombia (55), Uruguay (59), Perú (60), Venezuela (64) y Paraguay (69). Más alejados están República Dominicana (73), Bolivia (79), Brasil (85), El Salvador (90), México (91), y en última posición de los latinoamericanos está Guatemala (109), que sigue siendo el más atrasado de la región en ese aspecto.



El informe completo puede verse en: <http://www.weforum.org/en/Communities/Women%20Leaders%20and%20Gender%20Parity/GenderGapNetwork/index.htm>



SIGUE LA RUTA... ALGUNAS PISTAS PARA TU COBERTURA:

- Solicita información desagregada por sexo, eso te ayudará a ver las implicaciones de género en el análisis de la situación. También es interesante si puedes hacer un comparativo entre países o regiones dentro de tu país.
- Ten en cuenta que la división sexual del trabajo está en el centro de la discriminación. Identifica en tus notas los factores de vulnerabilidad económica.
- Revisa en el glosario los conceptos de doble o triple jornada, y determina qué consecuencias crees que tienen en la vida de las personas.
- La decisión de participación o no en el mercado laboral, y las expectativas de dicha participación, son diferentes para mujeres y hombres. Averigua el porqué.
- Evalúa si es pertinente profundizar en los efectos de la discriminación salarial.
- Cuando produces tus notas, analiza si estás hablando sobre un sector ocupado especialmente por uno de los dos sexos y qué causas y consecuencias acarrea esta situación.
- Revisa “la posición” de las mujeres y hombres en la familia, en la sociedad y en el sector que estás trabajando.
- Diferencia en tus producciones los conceptos: trabajo y empleo. Trabajo no es sólo el empleo sino también el trabajo reproductivo, doméstico, de cuidado y comunitario.
- Destaca políticas públicas, acciones de organizaciones sociales o actividades de responsabilidad social de empresas que propicien la igualdad y equidad laboral.
- Revisa los conceptos de trabajo productivo y reproductivo en el glosario.

- Macroeconomía: En particular, en los últimos años, los Tratados sobre comercio e inversión han estado en el centro del debate de gobiernos y movimientos sociales. Ello ha dado lugar a un análisis de los mismos con lentes de género, estimulando el desarrollo de nuevos indicadores que permitan anticipar impactos y evaluar resultados. Es un hecho que aumentó la participación de las mujeres en el mercado laboral a través del fomento del empleo en zonas de producción orientadas a las exportaciones. Se ha estudiado especialmente la relación entre empleo femenino y maquila o talleres de costura. ¿Por qué se feminiza este sector? ¿En qué medida contribuye al desarrollo? ¿Cuáles son las condiciones laborales de los puestos a los que acceden mayoritariamente las mujeres?

E4

Diario Libre- República Dominicana



La nota completa puedes verla en:

http://www.diarionlibre.com/noticias_det.php?id=252472

Las dos notas son de medios de República Dominicana y se refieren a la situación económica del país. ¿Cómo unificarías ambas notas en una sola? ¿Qué formato periodístico utilizarías?

A partir de los puntos de ruta propuestos anteriormente, ¿qué datos agregarías para mostrar la diversidad de aspectos a tener en cuenta cuando se analiza la situación de las personas dentro de la realidad económica de un país o comunidad?

Según el Índice de disparidad de género del Foro Económico Mundial (FEM), República Dominicana se encuentra en el puesto 73. En base a este dato ¿qué preguntas harías a la funcionaria protagonista de la nota 13? ¿En qué posición está tu país?

¿Qué otras fuentes sumarías?

E5

Hoy digital- República Dominicana/hoy.com.do



La nota completa puedes verla en:

<http://www.hoy.com.do/el-pais/2009/3/7/269336/Esaltoaporte-femeninoalaeconomia>

REFLEXIÓN

Recuerda, cuando hagas una nota sobre economía o trabajo detente en la economía invisible y reflexiona sobre las implicaciones de la economía informal. Las notas que vimos han dejado fuera muchos elementos que nos servirían para hacer un análisis diferente de la realidad.

Ejercicio:

En noviembre de 2010 se aprobó la Ley sobre la Economía del Cuidado en Colombia. A continuación te presentamos algunas notas sobre el mismo tema:

Colombia:

Aprobaban ley que medirá contribución de economía del cuidado.



http://www.redsem lac.net/web/index.php?option=com_content&view=article&id=849:colombia-aprueban-ley-que-medira-contribucion-de-economia-del-cuidado&catid=52:poblacion-sociedad&Itemid=71



<http://www.uniglobalunion.org/Apps/UNINews.nsf/wwlkpByld/C368746464EFC1D2C12577EC006EF7BA>

REFLEXIÓN

Espacio que ocupa la nota.
Fecha en la que sale.
Información que aporta la nota.
Número de fuentes consultadas y variedad de opiniones.
Profundidad en el tratamiento del tema.



6.3 MIGRACIÓN

Desde 1960 cambió la tendencia global migratoria porque el número de mujeres migrantes internacionales se acercó al de hombres, y se produjeron cambios en los patrones de migración: más mujeres migrando en forma independiente y como principales proveedoras de ingresos. Hoy, casi la mitad de las personas migrantes del mundo son mujeres.

Las relaciones de género tienen un efecto directo en quienes migran, en por qué y en cómo lo hacen, y en las posibilidades en el lugar de destino que son diferentes para mujeres y para hombres.

Por un lado la migración de las mujeres ha facilitado procesos, tanto de autonomía económica como social para ellas, pero arrastró entre fronteras los efectos de la división sexual del trabajo que existe a nivel mundial.

Trabajo en el servicio doméstico, ejercicio de la prostitución y empleo informal son las principales fuentes de ingresos de las migrantes. Estas condiciones generan una espiral de vulnerabilidad respecto al sistema de protección social marcada por la falta de acceso a los servicios de salud, consejería en anticoncepción, educación y protección laboral en los países de destino, que se agrava en ocasiones por la situación de ilegalidad.



FUENTES Y DATOS A TENER EN CUENTA

La Organización Internacional para las Migraciones (OIM) tiene oficinas en distintos países de la región. En su portal <http://www.oimconosur.org> se encuentran informaciones actuales, campañas, enlaces, análisis y posibilidades de capacitación.

Por su parte el Alto Comisionado de Naciones Unidas para Refugiados, (ACNUR), trabaja en Latinoamérica y El Caribe. En www.acnur.org hay distintas opciones informativas para mejorar las coberturas.

El RSCLAC PNUD tiene una sección especializada sobre el tema en su portal América Latina Genera:

http://www.americalatinagenera.org/es/index.php?option=com_content&view=article&id=883&Itemid=234

También puedes sumar como fuentes a las organizaciones sociales que trabajan la temática y a los medios de comunicación de las comunidades migrantes. Suelen tener sus propias publicaciones, sobre todo en línea y radiales, que pueden ser fuentes interesantes de consulta.



SIGUE LA RUTA... ALGUNAS PISTAS PARA TU COBERTURA:

- Solicita información desagregada por sexo, eso te ayudará a ver las implicaciones de género en el análisis de la situación.
- Identifica las causas y los efectos de la migración en las relaciones de género, y pregúntate si se reducen o profundizan las desigualdades.
- Averigua qué tipo de puestos de trabajo ocupan la mayoría de las migrantes, en qué sectores realizan mayoritariamente tareas las mujeres y en cuáles los hombres.
- Muchas personas realizan trabajo “esclavo” en los países que las reciben, suma a tus fuentes organismos y organizaciones que están trabajando en tu país sobre la temática.
- Consulta sobre la existencia de protocolos de atención específicos para mujeres migrantes en, por ejemplo, el sistema de salud.

- Indaga sobre la existencia o ausencia en el sistema educativo de metodologías inclusivas para niñas, niños y adolescentes migrantes.
- Cuando produzcas tus coberturas ten en cuenta que durante el viaje migratorio las mujeres están expuestas a riesgos específicos que tienen que ver con las relaciones de género, como la violencia sexual o física por parte de transportistas, compañeros de viaje, asaltantes o guardias en las fronteras. También son las principales víctimas del tráfico de personas en zonas fronterizas.
- Un dato que suma a la noticia es saber que las mujeres representan el 49.6% de la totalidad de migrantes en el mundo y juegan un papel crucial como proveedoras de sus hogares y como actoras económicamente influyentes. En este caso hay que tener en cuenta los procesos de toma de decisión sobre el empleo del dinero de las remesas, qué miembros del hogar se benefician y sus efectos a medio y largo plazo sobre la estructura familiar.
- Evitar terminologías peyorativas o discriminatorias. Dependiendo del contexto, el término inmigrante puede ser o no apropiado; así también palabras como ilegal, indocumentado, sin papeles, clandestino o irregular generan, de cierto modo, señalamientos y un trato delincuencia que mejor podrían reemplazarse por migrantes en situación de irregularidad administrativa, por ejemplo⁵.
- El uso de imágenes e ilustraciones no debe ayudar al fomento de estereotipos, ni poner en riesgo a las personas o dañar su imagen⁶.
- Trata de abordar el tema de la migración desde sus causas, implicaciones e impactos, desde diversas fuentes que enriquezcan la lectura y de manera que no sea presentada como un fenómeno social que está ligado a la delincuencia en las sociedades receptoras.⁷
- Trata de dar voz siempre a las y los migrantes por igual, ya sea en “on the record” u “off the record”. Con respeto y paciencia, considerando que la mayoría de estas personas se encuentran en situación irregular en el país de destino y tienen miedo. Nadie mejor que estas personas para contarle al periodismo cuál es su situación. Esas personas nos ayudarán a entender el contexto histórico, social, político y económico del fenómeno migratorio.

No olvides revisar el glosario que aparece al final de este documento para aclarar los conceptos y términos que no te son familiares.

E6

Revista Fortuna-Argentina/<http://fortunaweb.com.ar>

The screenshot shows the Fortunaweb website interface. At the top, there's a navigation bar with links like Inicio, Economía, Negocios, Mercados, Tecnología, Estilo, Rankings, and Última Palabra. Below this, there's a section for 'Mujeres inmigrantes son las más discriminadas en la economía'. The article text mentions a report from the United Nations about immigrant women in Bolivia and Paraguay being victims of low wages, discrimination, and lack of labor opportunities. There's also a sidebar with a 'despegar.com' advertisement and a 'LAS MÁS LEÍDAS' section listing various news items.

La nota completa puedes verla en:

<http://fortunaweb.com.ar/mujeres-inmigrantes-son-las-mas-discriminadas-en-la-economia/>

De los aspectos sobre migración presentados en estas dos noticias ¿cuál lees, ves o escuchas con mayor frecuencia en los medios de tu país?

¿Podrías sumar datos de ambas notas y hacer una única cobertura? ¿En qué formato?

¿Qué opinas del lenguaje? ¿Qué cambiarías?

¿Cómo adaptarías estas informaciones a radio, Internet y televisión? ¿Qué imágenes utilizarías? ¿Qué recursos sonoros?

¿Qué fuentes sumarías a las notas? ¿Por qué?

E7

Univisión-México/www.univision.com

The screenshot shows the Univision website interface. At the top, there's a navigation bar with links like Inicio, Deportes, Premios Juventud, y Servicios. Below this, there's a section for 'Defensores de inmigrantes en México reclaman seguridad ante agresiones'. The article text mentions a report from the United Nations about immigrant women in Bolivia and Paraguay being victims of low wages, discrimination, and lack of labor opportunities. There's also a sidebar with a 'despegar.com' advertisement and a 'LAS MÁS LEÍDAS' section listing various news items.

<http://www.univision.com/contentroot/wirefeeds/noticias/8316558.shtml>

REFLEXIÓN

Reflexiona sobre qué tipo de puestos de trabajo ocupan la mayoría de las migrantes, en qué sectores realizan mayoritariamente tareas las mujeres y en cuáles los hombres.

Recuerda también que los riesgos en el proceso migratorio no son iguales para hombres que para mujeres.



6.4

POBREZA

Latinoamérica es uno de los continentes con mayores índices de pobreza y de desigualdad del mundo. Viendo la pobreza de manera integral y multidimensional, más allá de las carencias económicas, podemos observar el estrecho vínculo entre la pobreza y las desigualdades con la discriminación de género: pobreza de tiempo, pobreza de oportunidades y de trabajo, la pobreza al interior de los hogares, la carencia de oportunidades de capacitación, la desigualdad en sus ingresos comparativamente con los hombres que realizan igual tarea, la falta de vínculos sociales, la limitación de libertades políticas y la violencia.

Desde el punto de vista más economicista de la pobreza, entendiéndola como escasez de recursos, se toma como unidad de análisis el hogar, pero de esta forma quedan fuera del análisis las brechas de género, de edad y las relaciones de poder asimétricas que existen en su interior. La división sexual de trabajo (la asignación social de determinadas tareas o responsabilidades a mujeres y hombres) y las desigualdades de género en el hogar condicionan el acceso y el control de los recursos materiales y sociales, así como la participación en la toma de decisiones tanto dentro del hogar como fuera. En este caso te recomendamos que revises el glosario que aparece al final del Manual para aclarar conceptos.

Las mujeres latinoamericanas siguen ampliando su participación económica y su presencia en la fuerza de trabajo (con grandes diferencias por países y entre grupos de población). Pero, como demuestran numerosas investigaciones, las mujeres en nuestra región aceptan trabajos a pesar de la mayor precariedad, están más desprotegidas en términos de seguridad y previsión social, y no son pocas las ocasiones en que reciben un menor salario que los hombres por desarrollar el mismo trabajo.

Por eso hablamos de comprometernos desde el periodismo con el ejercicio de una democracia plena al incluir el enfoque de género en los análisis de las políticas de desarrollo económico que se implementan.



FUENTES Y DATOS A TENER EN CUENTA

La CEPAL brinda indicadores por países que puede verse en:

<http://www.eclac.cl/cgi-bin/getProd.asp?xml=/mujer/noticias/paginas/3/29273/P29273.xml&xsl=/mujer/tpl/p18f-st.xsl&base=/mujer/tpl/top-bottom-estadistica.xsl>

Y nunca olvides que las cifras hablan de personas, es decir, sirven los números para tener datos duros y contundentes pero siempre es esperable la lectura cualitativa ante las cifras para elaborar coberturas atractivas e inclusivas.

De los datos del Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y El Caribe para 2008, sabemos que a nivel individual cerca del 35% de las mujeres mayores de 15 años no tienen ingresos, frente al 11% de hombres que enfrenta la misma situación (CEPAL, 2009).

El RSCLAC PNUD tiene una sección específica sobre el tema en el portal especializado América Latina Genera: http://www.americalatinagenera.org/es/index.php?option=com_content&view=article&id=835&Itemid=227

Consulta en las universidades y centros de estudios para conocer trabajos académicos sobre pobreza y género. El Observatorio de Género y Pobreza ofrece este tipo de materiales (www.generoypobreza.org.ar); también pueden encontrarse en Comunicación y Pobreza (www.comunicacionypobreza.cl). Además, la investigación realizada por Periodismo Social de Argentina ofrece datos sobre la cobertura periodística en base a monitoreo de medios de ese país. Visita: (<http://www.periodismosocial.org.ar/notacompleta.cfm?id=4063>)



SIGUE LA RUTA... ALGUNAS PISTAS PARA TU COBERTURA:

- Solicita información desagregada por sexo, eso te ayudará a ver las implicaciones de género en el análisis de la situación.
- La feminización de la pobreza es un concepto utilizado por organismos internacionales para mostrar la brecha de género en la evolución de la pobreza a lo largo del tiempo. Esta brecha perjudica mayoritariamente a las mujeres. Analiza la situación en tu país.



- Muchas veces la pobreza expulsa del sistema educativo a las niñas y niños. Relacionar educación y pobreza, convertirlo en noticia y sostenerlo en la agenda mediática es una manera de incidir.
- La mirada de género evidencia que las causas y la situación de pobreza de hombres y mujeres son, en algunas ocasiones, diferentes. Las carencias que sufren unos y otras son de distinta naturaleza y enfrentan obstáculos diversos para salir de ella. También nos permite observar que mujeres y hombres no son grupos homogéneos sino diversos y señala la importancia de cruzar el género con otras variables como clase, edad, etnia, raza, discapacidad y ámbito rural/ urbano, para poder comprender realmente este fenómeno y sus implicaciones.
- Investiga si existen iniciativas organizadas para salir de la pobreza y quién está detrás de ellas. No olvidar la importancia de visibilizar el rol activo de ellas en sus comunidades.
- Analiza cómo afecta la pobreza a las mujeres y hombres en situación de violencia, a quienes viven con VIH/SIDA, a adultos/os mayores. Detecta las distintas realidades.
- Consulta sobre cómo la pobreza incide en el aumento de la mortalidad materna.
- Indaga sobre cómo 'viven' la pobreza las personas en el ámbito urbano y en el rural.
- Relaciona seguridad alimentaria y pobreza en tus coberturas.
- No olvides dar voz a las personas en situación de pobreza en tus notas.
- Observa las dificultades y obstáculos en la inserción de las mujeres en el mercado laboral. Revisa nuevamente las implicaciones de una doble o triple jornada. Revisa y relaciona este tema con el de economía y trabajo.

Premio 'Pobre el que no cambia de mirada'

Con el slogan "Ahora más que nunca el periodismo es un bien de primera necesidad" se otorga en Chile el premio "Pobre el que no cambia la mirada" a las mejores coberturas periodísticas sobre la temática. La iniciativa es de la Alianza Comunicación y Pobreza, conformada por el Hogar de Cristo, la Fundación Superación de la Pobreza, la Escuela de Periodismo de la Universidad Diego Portales y Fundación AVINA.

Más información: www.comunicacionypobreza.cl/

E8

Diario La Tercera-Chile

Titular: El número de mujeres pobres en Chile incrementa un 15,7%

Número de mujeres pobres en Chile incrementa y llega a un 15,7%

Según los últimos datos entregados por la Encuesta Casen 2009 Módulo Mujer, el país ha alcanzado una cifra de casi 1.380.000 chilenas pobres e indigentes.

De acuerdo a los últimos datos entregados por la Encuesta Casen 2009 Módulo Mujer, el número de chilenas pobres ha incrementado fuertemente desde un 14,3% el 2006 a un 15,7% del total de mujeres el 2009.

Es así como el país ha alcanzado una cifra de casi 1.380.000 mujeres pobres e indigentes.

Los resultados de este estudio fueron entregados por el ministro de Planificación, Felipe Kast, y la ministra del Servicio Nacional de la Mujer, Carolina Schmidt. En esta oportunidad, 150 beneficiarias del Programa Jefas de Hogar mostraron el trabajo que han realizado y que hoy les permite ser un apoyo económico para sus familias.

Según la encuesta, hay tres factores que están feminizando la pobreza en Chile: El debilitamiento de la familia, lo que aumenta el nivel de vulnerabilidad de una mujer a sus hijos; el alto nivel de desempleo femenino, la tasa de desempleo femenino alcanza un 42,5% en el primer decil y un 55% entre las mujeres indigentes; y la imposibilidad de conciliar el cuidado de los hijos con las rigideces del mundo del trabajo.

Mideplan señala que los datos confirman la fuerte relación entre empleo y pobreza. Ya que en el caso de las mujeres la tasa de desocupación es mayor que en los hombres.

Es así como las mujeres indigentes desocupadas llegan al 54,6%, y en el caso de los hombres un

La nota completa puedes verla en:

<http://latercera.com/noticia/nacional/2010/09/680-288898-9-numero-de-mujeres-pobres-en-chile-incrementa-y-llega-a-un-157.shtml>

A partir de los datos aportados por la noticia 16 ¿qué otras preguntas le harías al Presidente de la Corporación de Estudios para Latinoamérica, (CIEPLAN), Alejandro Foxley, protagonista de la nota 17?

¿Qué fuentes y datos usarías a la nota sobre aumento de la situación de pobreza de las mujeres?

E9

Diario CoLatino.com- El Salvador.

Titular: "Reformas del Estado reducen la brecha entre ricos y pobres"

DiarioCoLatino.com

MÁS DE UN SIGLO DE CREDIBILIDAD

Inicio | Nacionales | Opiniones | Internacionales | Deportes | Especiales | Suplementos

San Salvador 25 °C

En Fotos | Quiénes Somos | Suscripciones | 40200 | 0000 (7)

Viernes, 29 de Octubre de 2010 / 11:10 h

Reformas de Estado reducen brecha entre ricos y pobres



Alejandro Foxley, ex canciller chileno. Foto diario Co Latino/archivo

Claudia Solórzano
Redacción Diario Co Latino

A muchos empresarios y partidos de ideología derecha en el país parece aterrarles las reformas de Estado, aún y cuando está comprobado que son la mejor estrategia para reducir la brecha entre ricos y pobres, a largo plazo.

Países como Chile son ejemplo de éxito con la aprobación de reformas, que en un periodo de 10 años han mejorado los índices sociales: acceso a la educación... salud y oportunidades de trabajo.

La nota completa puedes verla en:

<http://www.diariocolatino.com/es/20101029/nacionales/85884/>

El Salvador, jueves 19 de Mayo de 2011
Clima estimado: 19°C-24°C

publicidad

REFLEXIÓN

Recuerda que mujeres y hombres no son grupos homogéneos sino diversos. Señala la importancia de cruzar el género con otras variables como clase, edad, etnia, raza, discapacidad y ámbito rural/ urbano para poder comprender realmente este fenómeno y sus implicaciones. Siempre es interesante relacionar este tema con el de economía y trabajo.



6.5

MEDIO AMBIENTE

Aunque parezca complicado a primera vista, incluso en las coberturas relacionadas con temas medioambientales, puedes hacer la diferencia; especialmente cuando hablamos del impacto que está provocando el deterioro ambiental en la vida de las personas.

Una lectura actual sobre la relación entre periodismo y medio ambiente lo ofrece una investigación realizada durante la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático –COP16– convocada en 2010 en Cancún, México. Allí se realizó una encuesta entre quienes asistieron que reveló opiniones mixtas sobre el papel que juegan los medios de comunicación. La mayoría de las personas consideró que diarios, televisión y radio son los intermediarios más eficaces para comunicar al público en general la necesidad de una acción global sobre cambio climático.

Sin embargo, cuando se les pidió que identificaran “a las voces más confiables sobre la escala y el impacto global del cambio climático”, sólo el 24% nombró a los medios.

Una fuerte mayoría (87%) culpó a los medios de comunicación y a líderes de opinión de la falta de comprensión que tiene el público sobre la situación climática.

En la COP16 se debatió sobre los impactos que tiene la degradación del ambiente en la población en general, pero sobre todo en cómo lo sufren mayormente las personas en condiciones de exclusión e inequidad social.

Por ello es necesario comprender el rol fundamental que desempeñan las mujeres en el uso, manejo y conservación de la biodiversidad, y comprender que las mujeres y los hombres tienen necesidades, intereses y aspiraciones particulares, incluyendo el hecho de que su contribución a la conservación y manejo sostenible de la biodiversidad es marcadamente diferente.

Hay que tener claro que los procesos de conservación contribuyen a mejorar la calidad de vida de las poblaciones en general, y al integrar en ese proceso una visión de equidad de género se mejoran las condiciones de vida de un mayor número de personas.



“La equidad de género es un prerequisite fundamental para lograr la sustentabilidad de la vida en el planeta. Todas las acciones de conservación, no importa la dimensión ni la escala, están permeadas por la necesidad de abordar y alcanzar relaciones de equidad e igualdad; necesidad sentida por todas las personas del planeta y, en especial, por aquellas que han sido marginadas histórica y culturalmente para desenvolverse plenamente y alcanzar los objetivos del desarrollo humano”.

Guiselle Rodríguez Villalobos

Área Social UICN-Mesoamérica.

Mujeres y hombres tienen una relación diferente con el medio ambiente en virtud de la división por género del trabajo y del acceso y control de los recursos⁸ que tienen unas y otros. Esto hace que los impactos sobre el medio ambiente repercutan de manera diferente en ellas y ellos por razones de género, pues varía el grado de exposición a riesgos derivados de la vulnerabilidad biológica y social, así como de la condición y posición que ocupan unas y otros en la sociedad.

En Latinoamérica sobresale como problema medio ambiental la escasez de agua potable que afecta especialmente a las mujeres de las zonas rurales en tiempo, trabajo y oportunidades, pues son ellas las principales encargadas -junto con las niñas y niños- del abastecimiento familiar.

El agotamiento y la destrucción de recursos forestales es otro problema común en la región debido a la tala indiscriminada; y en la gestión de recursos forestales es posible identificar que hombres y mujeres tienen diferentes responsabilidades. Cumplen distintos roles en la siembra, protección y cuidado de las plantas y semilleros.



¿Cómo afecta a las mujeres la degradación del medio ambiente?

Esta diferencia viene marcada por la diferenciación de roles de género. Algunos ejemplos:

- La deforestación o la contaminación incrementa el tiempo que las mujeres deben pasar en busca de leña o de agua no contaminada y apta para el consumo, además incrementa el riesgo de contagiar enfermedades transmitidas por el agua.
- La erosión de los suelos, la escasez de agua y el fracaso de los cultivos reducen el rendimiento de las cosechas; los suelos agotados por un aprovechamiento excesivo reducen la productividad de las huertas domésticas.
- Los productos químicos tóxicos y los plaguicidas presentes en el aire, el agua y el suelo crean diversos riesgos para la salud de la mujer. Ingresan a los tejidos del cuerpo y a la leche materna y así pasan a los lactantes.
- En particular, en las ciudades la contaminación del aire y del agua puede ser de gran magnitud, y el saneamiento y la depuración de los residuos puede ser deficiente o inexistente lo cual plantea nuevas amenazas a la salud, especialmente para las mujeres quienes son las más expuestas a esos peligros.



FUENTES Y DATOS A TENER EN CUENTA

LA-WETnet (<http://la-wetnet.org/>) es una red regional sin fines de lucro que ofrece servicios de desarrollo de capacidades sobre la gestión integrada del agua, y el acceso al agua y el saneamiento. Se pueden encontrar especialistas en distintas disciplinas. Las actividades de la Red se desarrollan en: Belice, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela.

IUCN es la organización ambiental de mayor trayectoria en la promoción de la igualdad de género. <http://www.generoyambiente.org/>

Guía de fuentes de desarrollo sostenible en América Latina, proyecto de la Fundación Avina y La Iniciativa de Comunicación, que busca facilitar vínculos de colaboración entre periodistas/investigadores con expertos y organizaciones sociales en 22 áreas del desarrollo sostenible. Esta guía es un directorio con nombre, datos de contacto y campo de trabajo de 634 líderes sociales y

campo de trabajo de 634 líderes sociales y especialistas en 23 países de toda América Latina: <http://www.comminit.com/en/node/265617>

El RSCLAC PNUD posee una sección específica del tema en su portal América Latina Genera: http://www.americalatinagenera.org/es/index.php?option=com_content&view=article&id=157&Itemid=178

Distintos organismos de Naciones Unidas trabajan la situación del medio ambiente en relación a realidades de distintos colectivos: migrantes, mujeres, niñas y niños, etc. Es importante ver qué se está realizando en cada país para sumar datos.

Y también se deben tomar en cuenta para sumarse a las agendas periodísticas a distintas organizaciones de la sociedad civil que realizan tareas de prevención, capacitación e incidencia, y así incluir sus opiniones. No olvidar a responsables de aplicar políticas públicas.



SIGUE LA RUTA... ALGUNAS PISTAS PARA TU COBERTURA:

- Lo primero, como siempre, solicita información desagregada por sexo, eso te ayudará a ver las implicaciones de género en el análisis de la situación.
- Destaca los esfuerzos que se realizan desde áreas públicas, sociedad civil o privadas por mejorar las condiciones de vida de mujeres y hombres, y en especial, de las relaciones interpersonales en el uso y beneficio que proporcionan los recursos naturales del medio en el que viven.
- Investiga si existe una estructura estatal específica que tenga en cuenta la dimensión de género en la gestión y planificación ambiental.
- Analiza en qué medida afecta que las mujeres tengan a su cargo a personas menores de edad o adultas mayores.
- Analiza el papel que cumplen los conflictos por deforestación, degradación de la tierra, uso de plaguicidas tóxicos en plantaciones, contaminación de ríos e impactos de la minería, así como el impacto diferenciado que generan en hombres y en mujeres.

- Indaga cómo afecta la falta de agua en la vida de las personas; quiénes se ven más afectadas y por qué.
- El trabajo de recolectar residuos reutilizables, tanto de los contenedores como de la calle y de basurales, es una actividad no reconocida que proporciona servicios medioambientales y genera un movimiento económico considerable. Examina el impacto que provoca este trabajo en la calidad ambiental.
- Visibiliza el protagonismo de las mujeres como productoras, usuarias, concededoras y administradoras del medio ambiente, y también como agentes de degradación y daños ambientales. Todo ello está relacionado con los roles que se le han adjudicado socialmente tanto fuera como dentro del hogar. Compáralo con el rol de los hombres.
- Visibiliza el papel de las mujeres ante crisis ambientales, y especialmente, en etapas de reconstrucción.

E10

El Sol de México./www.oem.com.mx

The screenshot shows the homepage of 'El Sol de México' (www.oem.com.mx). The main headline is 'La política energética, enciende a México en los próximos 14 años'. Below it, there's a sub-headline 'Cumbre de Cancun - Encuentro con los líderes de América Latina y el Caribe'. The article text discusses the Cancun Summit and the role of women in environmental policy. On the right side, there are several small advertisements and a 'REGISTRATE Y RECIBE 4 días gratis de BAHAMAS' banner.

La nota completa puedes verla en:

<http://www.oem.com.mx/elsoldemexico/notas/n1834110.htm>

¿Hay diferencias sustanciales entre los encuadres de estas dos notas? ¿Cuáles?

Analiza cómo utiliza los hipervínculos la nota 19

¿Haces uso de este recurso para profundizar tus coberturas?

¿Qué datos agregarías a estas notas?

¿Cómo relacionarías estas notas con política, economía, trabajo, migración, pobreza?

IPS Noticias/http://ipsnoticias.net

LA OTRA HISTORIA

Enfoque de género aún ausente en la agenda del cambio climático
 Por Megan Jacobini de Fasio

NACIONES UNIDAS, 9 sep (IPS) - Dos semanas antes de la cumbre para revisar la marcha hacia los Objetivos de Desarrollo de la ONU para el Milenio, crece la preocupación de que la igualdad de género está divorciada de los esfuerzos contra el cambio climático.

Las mujeres son por lo general las más afectadas por el fenómeno, y desempeñan un papel clave para enfrentarlo.

Rebecca Pearl, consejera sobre cambio climático para *Outfit America*, dijo a IPS que los Objetivos del Milenio "habitualmente son vistos en forma aislada y hay poca coincidencia en las vías de implementación para asegurar que las iniciativas ambientales incluyan un enfoque de género".

Muchas organizaciones y organismos científicos que trabajan contra el calentamiento planetario todavía carecen de un enfoque de género en sus investigaciones e ignoran las diferentes formas en que hombres y mujeres pueden ser afectados por desastres naturales, añadió.

"Es importante seguir creando conciencia de que las respuestas deben atender las diversas responsabilidades y necesidades de hombres y mujeres", insistió Pearl. "Un enfoque sensible al género es un requisito para el éxito de cualquier intervención en el clima, y muchos esfuerzos fracasan porque las mujeres quedan a un lado".

Aunque las mujeres son las más afectadas por los desastres naturales, debido a su dependencia del ambiente y a que están en una posición de desventaja en muchas sociedades, han mostrado más disposición a movilizar a las comunidades para responder a los desastres o adaptarse al calentamiento planetario.

Sin embargo, varias organizaciones no gubernamentales (ONG) si trabajan con este enfoque, y muchas colaboran con la *Alianza Global sobre Género y Clima (GGCA, por sus siglas en inglés)*, lanzada durante la XII Conferencia de Naciones Unidas sobre Cambio Climático en la isla indonesia de Bali en diciembre de 2007.

La GGCA ahora incluye a 25 instituciones, tanto ONG como agencias de la ONU (Organización de las Naciones Unidas).

Pearl dijo a IPS que la alianza se fijó varias metas cuando fue creada.

Una es establecer una política mundial sobre género y calentamiento planetario a través de la *Convención*.

La nota completa puedes verla en:

<http://ipsnoticias.net/nota.asp?idnews=96390>

REFLEXIÓN

Recuerda sobre todo qué es importante conocer si existe una estructura estatal específica que tenga en cuenta la dimensión de género en la gestión y planificación ambiental.

6.6 SALUD

Según la Organización Panamericana de la Salud, (OPS), en cuestiones de salud la igualdad de género implicaría que los recursos y servicios se asignen diferencialmente de acuerdo con las necesidades de cada sexo y en función de cada contexto socioeconómico, es decir, que los servicios se paguen también en función de las capacidades socioeconómicas de cada persona.

Las leyes, el cumplimiento de las mismas y las acciones de política pública son esenciales para brindar seguridad de acceso a los servicios de salud sexual, salud reproductiva y planificación familiar debido a que reducen la mortalidad materna. Esta área es particularmente sensible porque se pone en debate el derecho de las mujeres sobre sus cuerpos y decisiones. Muchas organizaciones de mujeres brindan asesoramiento y realizan incidencia social al visibilizar la problemática. Es indispensable sumar sus voces en las notas de salud con enfoque de género.



Para la OPS las actuales reformas de los sectores de salud están aumentando las inequidades de género, tanto en utilización como en provisión de atención. Las medidas que están adoptando estas reformas se enfocan en la recuperación de costos en el sector público, lo que privatiza la atención y reduce el gasto público en salud. Estos recortes trasladan a las familias el cuidado y el trabajo reproductivo, aumentando la jornada de trabajo “asignada” a las mujeres con la carga de cuidados, tanto en la familia como en la comunidad, especialmente a las mujeres de escasos recursos económicos.

FUENTES Y DATOS A TENER EN CUENTA

La Organización Panamericana de la Salud cuenta con un área especializada en género y salud. Trabaja con los Ministerios de Salud de los distintos países, organismos donde es necesario buscar datos y sumar fuentes para saber qué políticas se están aplicando y cuáles no. <http://www.paho.org/spanish/dd/pub/TopicHome.asp?ID=%2799%27&KW=reviewedPublicationsGH&Lang=S&Title=G%E9nero%20y%20salud>

Existe un Observatorio de Salud, Género y Derechos Humanos con sede en Argentina: <http://www.insgenar.org.ar/observatorio/> y un Observatorio de Equidad de Género en Salud en Chile: www.observatoriogenerosalud.cl/. Verifica si existen estas herramientas en tu país y súmalas a tus fuentes de consulta.

EL RSCLAC PNUD posee una sección en su portal América Latina Genera: http://www.americalatinagenera.org/es/index.php?option=com_content&view=article&id=847&Itemid=229

El Comité de América Latina y El Caribe por la defensa de los Derechos de la Mujer (CLADEM) se ocupa de distintas áreas, entre ellas de salud (www.cladem.org).

Recomendamos además el audiovisual “Salud Sexual y Reproductiva. Políticas que transforman”

http://www.youtube.com/user/RSCLACPNUDAreaGenero#p/u/2/_lqSFB6PNU

El audiovisual analiza la situación en América Latina y El Caribe, a quince años de la Conferencia Internacional sobre Población y Desarrollo, y de qué modo la pobreza afecta el ejercicio de los Derechos Sexuales y Reproductivos en el continente más desigual del mundo. Ésta es una de las áreas donde hay mayores retos que superar. Entre los principales se encuentran las altas tasas de embarazo adolescente y de mortalidad materna, especialmente de las mujeres más pobres el acceso desigual a los servicios de salud sexual y reproductiva, la falta de responsabilidad masculina y los retrocesos en las legislaciones de aborto terapéutico. En definitiva, el audiovisual señala que se requiere un mayor compromiso para vincular la Salud Sexual y Reproductiva con el Enfoque de Derechos. Un compromiso que se traduce en que los Estados asuman su responsabilidad en el tratamiento del ejercicio de los Derechos Sexuales y Reproductivos como una cuestión de desarrollo y de democracia; y en la implementación de políticas públicas laicas para toda la ciudadanía. Este audiovisual ha sido elaborado por el Área Práctica del Centro Regional del PNUD en el marco de la colaboración con el Fondo Fiduciario España-PNUD, AECID y UNIFEM.



SIGUE LA RUTA... ALGUNAS PISTAS PARA TU COBERTURA:

- Averigua cuál es el presupuesto estatal destinado a la salud en tu país o comunidad y si hay un presupuesto específico para salud de las mujeres.
- Solicita información desagregada por sexo, ya lo sabes, eso te ayudará a ver las implicaciones de género en el análisis de cada situación de salud.
- Cuando realizas una nota sobre salud, ten en cuenta que la condición de salud de hombres y de mujeres depende de sus particularidades anatómicas y fisiológicas, de su “condición de género”, su situación socioeconómica, de la etnia a la que pertenece, de su estado nutricional, del acceso a los servicios de salud, de su comportamiento reproductivo y de su medioambiente.
- Considera que la brecha entre la expectativa de vida masculina y femenina (la expectativa de vida es biológicamente superior en las

mujeres) disminuye o desaparece cuando entran en juego, con gran peso, otros factores como el acceso a la salud, violencia de género y satisfacción de las necesidades básicas que afectan en mayor medida a las mujeres.

- Una visión distinta para tus coberturas en incorporar el concepto más integral de la salud que se relaciona con el resultado de la alimentación, el trabajo y el descanso, con la ausencia o persistencia de paz o estados de violencia; de igual forma con los cuidados que otorgan o pueden otorgar las instituciones, así como la índole de las experiencias sexuales y reproductivas.

- Indaga sobre recursos y servicios de salud: El impacto de la división sexual del trabajo ha dado lugar al acceso diferencial a recursos y servicios de salud (la participación y acceso a seguros públicos o privados). El trabajo reproductivo asignado históricamente a las mujeres, su alto grado de participación en la economía informal, las características de los empleos que mayoritariamente ocupan, el menor poder adquisitivo... son factores sociales asociados a las relaciones de género que crean inequidades en el acceso a la salud, puesto que los sistemas públicos de protección social están directamente asociados con participación de las personas en la economía productiva. Es decir, la reproducción social recae en la mujer y la sitúa mayoritariamente en trabajos que carecen de seguro social, mientras el acceso a la cobertura sanitaria queda relegado a quienes forman parte del mercado laboral asalariado.

- Considera que las mujeres son quienes más utilizan los servicios de salud por su función reproductora y por su mayor longevidad, pues tienen más posibilidades de sufrir enfermedades relacionadas con la vejez. En base a estas características es que se identifican también las desigualdades. Desigualdades estructurales de las instituciones de salud, por ejemplo, en los subsidios financieros que se dan o no a determinados productos: los anticonceptivos y otra serie de productos asociados a la función reproductiva y la planificación familiar que raramente están subvencionados con dinero del Estado. Y si existe legislación al respecto, muchas veces no se cumple.

- Te has preguntado alguna vez qué implicaciones tiene que los seguros sanitarios para mujeres sean más caros por el "riesgo de embarazo", o en cómo este "riesgo" repercute en la contratación de las mujeres jóvenes.

- Analiza qué implicaciones tiene, a la hora de elegir una persona para un puesto de trabajo, que no existan licencias de paternidad. Averigua de cuánto tiempo es el permiso de paternidad en tu país.

- Ten en cuenta el impacto de las situaciones de violencia de género en la salud física y mental de las mujeres.

- Considera la deficiente salud de las mujeres mayores en relación con los escasos ingresos económicos de las pensiones, y la mayor vulnerabilidad tanto biológica como social de la mujer a contraer el VIH/SIDA y otras enfermedades.

- Indaga sobre cómo afecta la socialización masculina en la salud de los hombres la tendencia a comportamientos de riesgo, la violencia, el contacto sexual inseguro, el consumo de alcohol y drogas, los hábitos alimentarios deficientes, la falta de ejercicio, la falta de prevención y una tasa mayor de suicidio... Son factores que influyen directamente en el aumento de la brecha de expectativa de vida entre hombres y mujeres.

- Difunde los servicios de salud públicos especializados para mujeres adolescentes, con discapacidad, adultas mayores, indígenas. Por ejemplo, el Ministerio de Salud de Argentina y el Fondo de Población de Naciones Unidas elaboraron micros de radio grabados en lenguas de pueblos originarios sobre cuidados en el embarazo, realización del Papanicolau y uso de métodos anticonceptivos, los que fueron entregados a emisoras de todo el país.

- Realiza coberturas relacionadas con enfermedades específicas con lupa de género: diabetes, celiaquía, cáncer, enfermedades mentales, adicciones, etc.

E12

Diario Clarín-Argentina/www.clarin.com

Clarín Clasificados | ARGENTOP | DEBATES | BUSCARNUEVO | MAS OPORTUNIDADES | BENCAMINO | ENTRENEMIENTOS

Clarín.com Sociedad

HOME | POLÍTICA | DEPORTES | ECONOMÍA | MUNDO | ESPECTÁCULOS | SOCIEDAD | CIUDADANOS | POLICIALES | INTERNET | MULTIMEDIA

Salud | Ciencia | Educación | Tendencias | Medios | Libros | Medio ambiente

Consultorio femenino para dejar de fumar

01/10/10

Es el primero en el país que contempla las diferencias entre hombres y mujeres.

En el Hospital de Clínicas de la Universidad de Buenos Aires (UBA), empezó a funcionar un consultorio para dejar de fumar con enfoque de género. Es el primero en la Argentina que contempla las diferencias entre las mujeres y los varones en lo relacionado a las motivaciones que los llevan a fumar y los obstáculos para abandonar los cigarrillos para siempre.

"Lo hemos creado porque existen estudios que demuestran que las mujeres enfrentan más dificultades para dejar de fumar. Piden más síntomas durante los días posteriores al dejar, como la irritabilidad o la ansiedad. También tienen más recaídas", explicó Sandra Braun, a cargo del consultorio en el hospital e integrante de la Asociación Argentina de Tabacología (AaT). Aclaró que no se deja de atender a los varones por esta nueva iniciativa. "Incluso pueden venir parejas para dejar de fumar. Cuando se hace de manera conjunta, el éxito es mayor", agregó Braun.

"Lo que se evalúa aquí son los factores que llevan a las mujeres a fumar. Los más corrientes son el valor que las mujeres le atribuyen al peso corporal y la violencia. Hay mujeres que fuman para no engordar. Otras enfrentan situaciones

Conexión Clarín

Si buscás... PULITEZ Las gemelas

ESPECTÁCULOS Charly, encantado

CHALI PUCHO Sigue la receta

Hay comemos... Comida ITALIANA

¿Buscás una moto?

La nota completa puedes verla en:

http://www.clarin.com/sociedad/salud/Consultorio-femenino-dejar-fumar_0_345565553.html

¿Qué fuentes y datos agregarías a la nota 20?

¿Qué imágenes y audios utilizarías para convertirlas en producciones para televisión, Internet o radio?

REFLEXIÓN

Recuerda que es importante saber qué recursos y servicios de salud existen. Ten en cuenta la participación y acceso a seguros públicos o privados. El trabajo reproductivo asignado históricamente a las mujeres, su alto grado de participación en la economía informal, las características de los empleos que mayoritariamente ocupan, el menor poder adquisitivo; son factores sociales asociados a las relaciones de género que crean inequidades en el acceso a la salud puesto que los sistemas públicos de protección social están directamente asociados con participación de las personas en la economía productiva. Es decir, la reproducción social recae en la mujer y la sitúa mayoritariamente en trabajos que carecen de seguro social, mientras el acceso a la cobertura sanitaria queda relegado a quienes forman parte del mercado laboral asalariado.



Ejercicio:

Mariana Carbajal, periodista de Página 12, puede servir como ejemplo de buena cobertura en temas de salud sexual y reproductiva. Cuenta incluso con una publicación propia con sus notas publicadas sobre temas de salud sexual y reproductiva. Como muestra puedes ver una de sus notas en:

<http://www.pagina12.com.ar/diario/sociedad/3-146360-2010-05-26.html>

Reflexiona sobre la nota del diario Prensa Libre de Guatemala:

“El aborto es la cuarta causa de muerte materna en Guatemala”

El aborto es la cuarta causa de muerte materna en Guatemala, según un análisis elaborado por el Centro de Investigación Epidemiológica en Salud Sexual y Reproductiva.

http://www.prensalibre.com/noticias/comunitario/Aborto-cuarta-muerte-materna-Guatemala_0_240576255.html

- ¿Qué fuentes y análisis añadirías para profundizar en la nota?
- ¿Qué situación legal hay en tu país con respecto a los Derechos sexuales y reproductivos?
- ¿Conoces en qué medida se está aplicando la Ley?



Para saber más:

Informe regional. El Derecho al Aborto en América Latina y El Caribe:

<http://www.choike.org/nuevo/informes/4702.html>

EL RSCLAC de PNUD en su página América Latina Genera posee una sección específica sobre salud sexual y reproductiva:

http://www.americalatinagenera.org/es/index.php?option=com_content&view=article&id=853&Itemid=230

6.7

VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES

En este tema haremos especial énfasis dado que mucha de la información que aparece habitualmente en los medios sobre las mujeres está relacionada con las diferentes violencias a las que están sometidas.

“El 53% de las noticias protagonizadas por mujeres son sobre violencia de género”.

**Informe Latinoamericano del
Monitoreo Global de Medios.**

Además, hemos dejado para la parte final del Manual esta temática justamente porque todas las temáticas vistas anteriormente están interrelacionadas y tienen que ver con las violencias, pues, la violencia de género tiene su raíz y se sostiene en las situaciones de desigualdad. A pesar de los avances normativos y culturales que se han logrado gracias al trabajo de incidencia de organismos internacionales y del movimiento de mujeres, y al paulatino involucramiento de organizaciones de hombres que comienzan a replantearse el modelo de masculinidad hegemónica; la igualdad está plasmada en legislaciones internacionales y nacionales pero falta convertirla en una realidad y para eso hay que prevenir, conocer, denunciar y sancionar los actos violentos.

Para profundizar en el tema es necesario reflexionar sobre las diferentes relaciones de mujeres y hombres con la violencia, sea como víctimas o como victimarios. Ellas y ellos sufren riesgos, daños y desventajas específicas como grupo genérico, por eso resulta incompleto el tratamiento que se haga de la violencia si no tenemos en cuenta el enfoque de género.¹⁰

Mujeres y hombres viven de manera diferente las crisis o los conflictos, y tienen vulnerabilidades diferentes por su condición genérica. Las mujeres sufren mayoritariamente situaciones de violencia intrafamiliar y sexual, mientras que los hombres suelen ser mayoría entre las víctimas de la violencia social armada.

¿Por qué encontramos tantas diferencias entre el comportamiento de las mujeres y de los hombres en relación a la violencia y la inseguridad? Mujeres y hombres son socializados de manera diferente. Este proceso de socialización fomenta la construcción de modelos hegemónicos de masculinidad y de feminidad –de ser hombre o ser mujer- que tienen también sus implicaciones para la violencia, tanto a la hora de vivirla, ejercerla o, incluso, de percibir la inseguridad. Es, sin duda, un factor que determina que una abrumadora mayoría de hombres haga uso de la violencia como medio para resolver los conflictos.



6.7.1 VIOLENCIA DE GÉNERO Y/O VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES

Si bien en el glosario que aparece al final del Manual encontrarán definiciones muy útiles, creemos necesario enfatizar algunos aspectos que puedan colaborar para que el periodismo visibilice este tipo de violencia. Para que suceda se necesita de profesionales con criterio y conocimientos en género que, además, tengan conciencia de esta problemática.

Según la Organización Mundial de la Salud el 70% de las mujeres que son víctimas de asesinato en todo el mundo, mueren a manos de alguna persona conocida.¹¹

¿Un titular impactante? Veamos que hay detrás.

Naciones Unidas define la **violencia contra las mujeres** como todo acto de violencia basado en la condición femenina que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para la mujer; se refieren a esta violencia inclusive las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de libertad, tanto si se producen en la vida pública como en la privada.

La **violencia de género** incluye todas aquellas situaciones de violencia que, en particular, afectan a las personas por razón de su sexo. Insistimos: este tipo de violencia se basa en las relaciones desiguales de poder entre hombres y mujeres, lo cual determina que una abrumadora mayoría de las víctimas sean mujeres, niñas, niños y adolescentes. Esto explica que muchas personas utilicen el término violencia de género como un sinónimo de violencia contra las mujeres.

La violencia de género está ligada a la falta de igualdad entre los sexos que se traduce en una relación de poder donde el hombre domina o controla, y la mujer está subordinada o dependiente de él. Es producto de ese modelo de masculinidad relacionado con la agresividad, la fuerza, el ser autoritario y dominador hacia mujeres y hacia menores de edad, y que se siente cuestionado ante otros modelos de masculinidad u otras opciones sexuales.

Violencia sexual: Entre las conductas tipificadas y reconocidas en todas partes como un delito, la violación es la que menos se denuncia: la vergüenza, el temor, los costos, las represalias y la falta de acompañamiento estatal son las razones. Si el violador es además un pariente, un hombre de confianza o alguien que vive bajo el mismo techo, la denuncia es todavía más difícil.

¹¹ Compañero actual o no, familiar o persona con la que tiene o tuvo algún tipo de relación.

Masculinidades y Violencia

Miguel Lorente (2006-San Sebastián), delegado del Gobierno español para la violencia de género, considera que no sólo la masculinidad debe cambiar sino todas las relaciones sociales, culturales, políticas y económicas desarrolladas a partir de una situación real de igualdad. No sólo como la consecución de algo material sino como valor incorporado a las personas, situación ésta que impregnará y afectará a los demás ámbitos de la vida en sociedad.

El funcionario además considera que ‘la nueva masculinidad’ desde los hombres y sólo con los hombres, no generará cambios porque algunos no ven la necesidad de llegar a la igualdad y porque terminará siendo una creación masculina que no podría liberarse de los vicios que, desde una determinada perspectiva, se observan a la hora de valorar las diferentes dimensiones de un problema que abarca todos los ámbitos de la vida. Y resalta la importancia de reflexionar sobre el rol de los hombres siguiendo el camino trazado por el feminismo, junto a ellas y no por separado. “Estamos ante una cuestión de poder y lo que debemos de preguntarnos es si ese poder está en cuestión”, enfatiza Lorente.

Para avanzar en el análisis podemos resaltar algunas causas y factores que inciden en la violencia de género:

- Los valores, estereotipos y normas aprendidas desde la infancia a través de la socialización de género.
- Relaciones desiguales de poder entre mujeres y hombres que resultan de lo anterior y que determinan desigualdad de poder en todas las esferas de la vida.
- Otros factores que van desde la historia personal del agresor hasta el contexto político, social y económico nacional.
- Y la impunidad de las violencias. Sin sanción penal ni social se naturaliza este delito.

Se hace necesario también derribar algunos mitos y tener en claro que la violencia de género se manifiesta en todas las etapas del ciclo vital de las mujeres, y que algunas de sus manifestaciones son: maltrato, abandono, privación alimentaria, incesto, desatención a la salud, violencia o acoso sexual (en espacios públicos o privados), tráfico para explotación sexual o laboral, prohibición de utilización de métodos anticonceptivos, expulsión por embarazo y la exclusión familiar y social.



Femicidio y feminicidio

En este caso hablamos de debate conceptual. Ambas palabras son neologismos que no han sido aceptados por la Real Academia Española pero son utilizados por las Organizaciones de Derechos de las Mujeres y cada vez más por el periodismo, sobre todo a partir de que los términos fueran introducidos en algunas legislaciones sobre violencia de género de la región como en Guatemala y Chile. Son dos conceptos que pueden considerarse complementarios o en otros casos sustitutivos. Ambos explican el asesinato de mujeres como resultado de la violencia de género pero el uso o la preferencia por uno u otro depende de la región. Por ejemplo, en Centroamérica se usa más *femicidio* por la influencia de las teóricas feministas de Costa Rica. En México, sin embargo, se usa más *feminicidio* por las aportaciones conceptuales de Marcela Lagarde. Para saber qué concepto están usando en tu país puedes remitirte a alguna de las organizaciones de mujeres.

Para profundizar en los conceptos te recomendamos que revises las definiciones que aparecen en el glosario al final de este Manual.

Así como es necesario tener en claro los términos es sumamente importante registrar adecuadamente las muertes de las mujeres, pues existen verdaderos problemas para poder identificar en qué caso los asesinatos fueron por circunstancias vinculadas con su pertinencia a la condición femenina, y eso obliga a hacer estudios cualitativos para identificar caso por caso. Cómo hemos dicho, los números son personas. Cada caso necesita ser destacado y contextualizado.

DATOS Y FUENTES A TENER EN CUENTA

Hace unos años, la violencia masculina contra las mujeres (especialmente si era entre cónyuges) no era considerada como delito. En algunos de los países latinoamericanos y caribeños, ha habido avances legales indiscutibles. Sin embargo, las normas, valores y tradiciones de las sociedades todavía son muy tolerantes a este tipo de violencias, y no se toma en cuenta el alto costo personal, familiar, social y económico.

El silencio estadístico sigue envolviendo la violencia contra las mujeres. En general, ningún país de la región cuenta con toda la información necesaria para la construcción de los indicadores propuestos. La información sobre la muerte de mujeres es el aspecto más registrado, y sin embargo en numerosas ocasiones aún se recurre a los registros de prensa por no existir un sistema institucionalizado de las muertes de mujeres por parte de sus parejas. Según la CEPAL, en América Latina y El Caribe únicamente está disponible el 48,5 de esta información sobre violencia contra las mujeres, y la información proviene mayoritariamente de encuestas y estudios, cuyo órgano emisor es el Estado.

Según este mismo estudio, teniendo en cuenta el sub-registro de datos que existen, las mujeres sufren principalmente violencia sexual pero no siempre se considera, o se registra, el vínculo entre la persona que ejerce este tipo de violencia y su víctima. La violencia más visibilizada y registrada en los últimos años ha sido la violencia dentro del espacio privado, de tal manera que ha quedado casi invisibilizada la violencia contra las mujeres en el espacio público.

Algunas investigadoras han dado aportes importantes en ese sentido. Según los datos de Carcedo (2006) para Costa Rica, el 61% de los homicidios de mujeres perpetrados entre 1990 y 2003 constituyeron *femicidios*; y según el análisis de Ungo (2008), el 68% de los homicidios de mujeres cometidos en Panamá entre 2000 y 2003 fueron *femicidios*. Lo similar de estos datos nos podría llevar a concluir que dos de cada tres mujeres asesinadas en Centroamérica mueren por “razón de género”. La mayor parte de los femicidios tiene lugar dentro del marco de relaciones íntimas y su autor es el esposo o el conviviente: así sucede al menos en Panamá, donde dos de cada tres víctimas de *femicidio* mueren a manos de su compañero sentimental (Ungo, 2008). El grueso de los *femicidios* suelen ser la culminación de una larga historia de relaciones abusivas y controladoras por parte de parejas, ex parejas, familiares, pretendientes y acosadores (Carcedo, 2006). En Honduras, según datos de 2008, el 21% de los asesinatos de mujeres fue por un compañero sentimental. El resto de los *femicidios* serían hechos relacionados con el intento de violación por parte de un desconocido o el “ajusticiamiento” de mujeres sujetas al tráfico sexual.

- Datos de Naciones Unidas: http://www.americalatinagenera.org/es/index.php?option=com_content&view=article&id=102&Itemid=93

- Observatorio de la Igualdad de Género: Ofrece datos sobre la autonomía de las mujeres en la vida privada y pública, fundamental para garantizar el ejercicio de sus Derechos Humanos. Los indicadores sobre violencia se encuentran en el apartado de Autonomía Física: <http://www.eclac.cl/oig/afisica/>

- El Banco de Datos de Femicidios – América Latina y El Caribe- de Isis Internacional (<http://www.feminicidio.cl/map/map1.php?id=3>) recoge información de los países de la región, en su mayoría tomados de estudios realizados por organizaciones de la sociedad civil en base a monitoreos de medios de comunicación. Falta todavía el compromiso de políticas públicas para que sean los Estados quienes asuman esa tarea esencial como parte de las acciones democráticas.

•Base de datos sobre violencia contra las mujeres del Secretario General:

La principal fuente de información para la base de datos son las respuestas enviadas por los Estados Miembros al cuestionario sobre la violencia contra la mujer, de septiembre de 2008, y sus sucesivas actualizaciones. También se usan otras fuentes, en particular: Los informes presentados por los Estados partes a los órganos creados en virtud de Tratados de Derechos Humanos; la información proporcionada por los Estados Miembros en el seguimiento de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer (1995) para los informes del Secretario General y en declaraciones formuladas en las Naciones Unidas; y la información obtenida de las entidades competentes de las Naciones Unidas.

<http://webapps01.un.org/vawdatabase/about.action>

La Convención de Belem do Pará exige a los Estados medidas legislativas, programas estatales, capacitación y reformas en la esfera de la administración de la justicia, acompañadas de campañas masivas que contribuyan al cambio cultural necesario para la erradicación de la violencia contra las mujeres. Todos los países de América Latina y El Caribe han firmado la Convención, y han ido adoptando leyes y modificando sus códigos penales y civiles de conformidad con la misma. Destacan las legislaciones aprobadas más recientemente por los avances que presentan respecto a legislaciones anteriores:

País	Año	Ley
Costa Rica	2007	Ley de penalización de violencia contra las mujeres.
Guatemala	2008	Ley contra el femicidio y otras formas de violencia contra la mujer.
Argentina	2009	Ley de protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales.
México	2007	Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia.
Brasil	2006	Ley 11340 (Ley María Da Penha).
República Bolivariana de Venezuela	2007	Ley orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una vida libre de Violencia.
Colombia	2008	Ley 1257 Violencia contra las Mujeres.
Chile	2010	Ley 20.480 - Ley de Femicidio

Puedes profundizar en las legislaciones de cada país en: “Mirada regional sobre Leyes de Violencia contra las Mujeres”: <http://www.americalatinagenera.org/main/especiales/2009/parlamentarias/documentos/violencia.pdf>

Estas nuevas legislaciones son destacables porque:

- Pasan del concepto de violencia intrafamiliar al de violencia contra las mujeres y, en algunos casos, femicidio;
- amplían y toman en cuenta las distintas manifestaciones de violencia (física, psicológica, sexual, económica o patrimonial, obstétrica, simbólica, mediática...);
- consideran la diversidad etaria, sexual, étnico-racial, etc. de las mujeres; enfatizan la atención integral a las personas afectadas;
- establecen más medidas de protección y acciones en caso de incumplimiento;
- reconocen una responsabilidad clara del Estado, por acción u omisión;
- asignan, con más precisión, las competencias de los diferentes actores y responsables de aplicación de la ley;
- crean planes, programas o sistemas nacionales que agrupan acciones multisectoriales, interdisciplinarias y a diferentes niveles (geográficos y sectoriales);
- prevén mecanismos especiales para la coordinación o aplicación de la ley;
- incluyen programas de recuperación y atención a agresores y señalan la necesidad de diseñar sistemas de información que permitan dar seguimiento al cumplimiento de la ley (establecimiento de indicadores para el monitoreo).

Violencia de Género y Medios de Comunicación

El tratamiento de la información sobre los malos tratos incide en esta situación positiva y negativamente. Por un lado, los medios han visibilizado un problema social poniéndolo en la agenda mediática, mostrando que la violencia de género no es un problema aislado sino un problema social y político de primer orden. No olvidemos que las organizaciones de mujeres empezaron documentando estos casos a través de la información que salía en los medios, por los vacíos en cuanto al registro oficial de este tipo de violencia, algo que sigue ocurriendo en varios países de la región.

Pero su tratamiento muchas veces resulta poco beneficioso para la erradicación de las violencias. La mayoría de las informaciones que se transmiten han estado durante años en las páginas de sucesos o policiales, y se han enfocado en la violencia en sí misma.

En un principio, la información sobre agresiones en el ámbito doméstico a las mujeres aparecía como subordinada a otras informaciones, dado que se consideraba escaso su valor como noticia. Eran tratadas como sucesos sin importancia que pertenecían a la vida privada o al mundo criminal, y sólo aparecían en los medios cuando su gravedad las revestía de una especial virulencia o incluía violencia sexual ejercida por extraños. Situar esta información en posiciones poco relevantes del medio, no relacionarlas con lo que está ocurriendo en la sociedad, hablar de crimen pasional, de celos y del alcoholismo como explicación ocultaba la verdadera dimensión a este problema.

Los estudios en relación a la violencia de género han evidenciado causas antiguas y estructurales, y la incidencia de organizaciones sociales y de un periodismo comprometido, muestran cómo es posible llevar a cabo un tratamiento mediático más adecuado.

¿Cuáles son los principales déficits? (Por Alberdi y Matas, 2002)

1. El sensacionalismo con el que se trata el tema.
2. Hincapié en las condiciones mentales y psicológicas de los agresores. Se presenta un punto de vista que estas autoras califican de "terapéutico", podríamos decir que justificativo, y que incide en adicciones del agresor (alcoholismo, drogadicción) o problemas psicológicos (traumas infantiles).

Este tratamiento de la noticia hace hincapié en su excepcionalidad, contribuye en cierto modo a fomentar la idea del maltrato como caso aislado y del maltratador desequilibrado o marginado. No se habla de las causas estructurales, de los vehículos de transmisión cultural que naturalizan y sostienen la violencia de género, sino de factores coadyuvantes. Podemos observar cómo socialmente se otorga una gran importancia a los factores psicológicos (coadyuvantes, no decisivos) de los agresores y una importancia sensiblemente menor a los factores sociales y culturales.

3. Se insiste en los problemas económicos de los agresores cuando se ha evidenciado que la violencia contra las mujeres no hace distinción de clases, puesto que atraviesa todos los segmentos sociales.
4. Escasa protección de los datos, la intimidad y la imagen de las víctimas.



SIGUE LA RUTA... ALGUNAS PISTAS PARA TU COBERTURA:

- Como en los temas anteriores, solicita datos desagregados por sexo en relación a la violencia y el delito para poder realizar las primeras reflexiones.
- Identifica quiénes son las personas en situación de violencia que aparecen en las estadísticas y haz un análisis cualitativo de los números.
- Indaga sobre acciones preventivas y de acompañamiento, y las sanciones que existen en tu país, tanto en servicios estatales como de organizaciones sociales, para mujeres víctimas de violencia sexual.
- Analiza con “lupa de género” quiénes son las personas que, mayoritariamente, portan armas.
- Examina por qué la mayoría de los homicidios contra hombres suelen ser realizados en sitios públicos y por desconocidos, mientras que en el caso de las mujeres es en sus propios hogares y por sus propias parejas.
- Considerar el uso diferente de los espacios públicos por parte de hombres y mujeres de diferentes edades.
- Dejar de considerar la violencia contra las mujeres como un tema o una preocupación sólo de las mujeres, hay que situarlo como un problema de seguridad ciudadana, además, de una clara violación a los Derechos Humanos.

Identificar los mecanismos de transmisión cultural de la violencia contra las mujeres ha evidenciado la necesidad de trabajar en las distintas instancias de socialización, entre ellas los medios de comunicación. Por ello, varias instituciones y organismos están editando decálogos y manuales de urgencia que dan pautas profesionales sobre cómo tratar adecuadamente un tema tan complejo.

Después de revisar varios decálogos queremos destacar algunas recomendaciones para el tratamiento de noticias relacionadas con la violencia de género que organizamos en tres grupos:

I-Trabajar contextos y fuentes:

1. La violencia contra las mujeres no es un suceso, ni una noticia convencional, ni un hecho policial más. Es necesario reflexionar y contextualizar la información en base a lo que venimos recapitulando en este Manual.



2. No todas las fuentes informativas son fiables y por ello es preciso tener criterio para seleccionar. Los antecedentes sobre malas o buenas relaciones en el seno de la pareja inducen a explicar la violencia como la consecuencia lógica de una situación de deterioro o, por el contrario, como un “arrebato puntual”. Los medios deben evitar realizar ampliaciones de la nota con manifestaciones de terceros no relevantes para el caso. Buscar opiniones de personas expertas que trabajen o tengan responsabilidad en el tema, tanto de niveles estatales como de organizaciones no gubernamentales.

3. No confundir la retirada de denuncias o la retractación en el testimonio de la víctima con una supuesta denuncia falsa. Es muy distinto que un hecho sea falso a que no haya sido posible probarlo en el marco de un procedimiento judicial, o que la mujer no haya sido contenida por el sistema de protección estatal y esté asustada y desamparada. Eso no es retirar “voluntariamente” la denuncia.

4. Recuerda que violencia de género y la violencia contra las mujeres son los términos apropiados para titular o encabezar las notas. También se utiliza femicidio o femenicidio, aunque no estén reconocidas por la RAE, son términos acuñados por el movimiento de mujeres y la comunidad internacional como forma de denuncia política de los asesinatos por razones de género, y que algunos medios y periodistas comienzan a utilizar.

Está en debate, incluso, el utilizar siempre la palabra víctima y optar por mujer en situación de violencia o sobreviviente. Esto con la idea de destacar que las mujeres –con el debido apoyo del Estado- pueden salir de esa situación.

II-Tratamiento mediático del agresor:

1. Conservar la presunción de inocencia, por lo tanto, tampoco conviene dar datos de su identidad.

2. El agresor debe ser identificado en cuanto a su comportamiento para que otras posibles víctimas puedan identificar la figura de un maltratador.

3. No omitir el sujeto de la acción. Expresiones como “otra víctima de violencia”, “una mujer muere/ fallece”... no dejan claro que se trata de una agresión o un asesinato.

4. No minimizar ni justificar la conducta del agresor como un hecho puntual. La conducta del agresor no es puntual, sino el fruto de no concebir la relación con una mujer como una relación entre iguales. No se deben incluir referencias que tiendan a la justificación de la conducta. El crimen nunca es producto de un “arrebato”, de un “arranque de celos” o del resultado de los efectos de las drogas o el alcohol; o una depresión. Minimizar la conducta del agresor cuando se vincula con expresiones como “tras una disputa”, “después de una fuerte discusión”, niega la historia del círculo de la violencia que termina en el asesinato y que empezó mucho antes.

5. Ahondar en otras manifestaciones de violencia que el agresor haya ejercido sobre la víctima: insultos, amenazas, humillaciones, control de sus movimientos, control económico, etc. que dan cuenta de la historia violenta que hoy es noticia, y, además, sirven para ofrecer indicadores que permiten detectar cuándo se está ante un maltratador.

6. Nombrarlo como “agresor” y no emplear sustantivos desprovistos de la carga negativa propia de los hechos cometidos. Por ejemplo, mencionándolo simplemente como “el hombre”, “el anciano”, “el joven”.

7. Seguimiento. Una vez que se conoce fehacientemente quién es el agresor o asesino, dar su nombre, identificarlo. Está en debate, incluso, el utilizar siempre la palabra víctima y optar por mujer en situación de violencia o sobreviviente. Esto con la idea de destacar que las mujeres –con el debido apoyo del Estado- pueden salir de esa situación.

III-Tratamiento mediático: mujeres en situación de violencia:

1. Las víctimas de la violencia de género, o las mujeres en situación de violencia, forman un grupo heterogéneo; ni son poco formadas, ni poco inteligentes, ni poco valientes. Ni necesariamente son dependientes económicamente del agresor... Esos son estereotipos erróneos.
2. No facilitar la identidad de la víctima ni ofrecer imágenes de su domicilio, ni otros datos; evitar mostrarla, al igual que a sus familiares y allegados que se encuentran en un estado de conmoción y nerviosismo. Respeto y cuidado son esenciales en esta etapa.
3. No cuestionar la actuación de la víctima ni la veracidad de su relato. Es frecuente culpabilizarlas por haber soportado malos tratos durante un lapso prolongado o dudar de su testimonio sólo por el hecho de que la mujer tenga recursos económicos propios y esté profesionalmente calificada.
4. No incluir referencias a la actividad económica de la víctima, a su estilo de vida, hábitos de ocio y sociales, relaciones sexuales o indumentaria, que no son relevantes en cuanto a la noticia y que, sin embargo, sugieren de manera errónea que esto tiene relación con el riesgo de sufrir violencia de género.
5. En cuanto a la imagen, la reconstrucción de los hechos que abunda en detalles escabrosos o los primeros planos de caras amoratadas o llorosas, no ayudan a identificar el problema y sólo provocan morbo o conmiseración. En este sentido, los medios de comunicación tienen la responsabilidad de contribuir a la solución de este problema social mejorando la presentación de las noticias, mostrando los aspectos sociales y humanos previos y posteriores al hecho; exponiendo a la mujer como elemento central en un drama que sufre ella principalmente, pero por extensión toda la familia y la sociedad. Se deben buscar explicaciones coherentes y significativas, ir más allá de las "explicaciones de los vecinos".

Y además, es importante:

- Hacer notas preventivas. No esperar el asesinato de una mujer para hablar de violencia. Hay materiales gráficos, de audio y video que elaboran organismos y organizaciones que pueden ser útiles para este tipo de notas, o incluirse en los medios como parte de acciones de responsabilidad social.
- Siempre incluir en las notas referencias sobre lugares donde puedan recurrir las mujeres en situación de violencia para buscar ayuda. Leer, oír o ver en los medios estos tipos de información moviliza a muchas mujeres que están pasando por la misma situación.

IV -Tratamiento mediático: cómo abordar a las víctimas de violencia

Cuando la mujer esté fortalecida y cuidada puede querer dar testimonio mediático. Para ello te recomendamos estas pautas de entrevistas propuestas por la periodista Silvina Molina en 'Noticias que salvan vidas' de Amnistía Internacional Argentina:

1° paso: El inicio

- Para obtener el testimonio de una mujer, primero se debe saber si ella está preparada para hablar. Profesionales, amistades, parientes que la acompañan pueden ser aliados del periodismo para determinar si ella está en condiciones psicológicas y emocionales de dar su testimonio.
- También se puede buscar asesoramiento en organizaciones sociales que trabajan la temática para que orienten a la o el periodista sobre las mujeres que están en condiciones de hablar en público. Participar de grupos de ayuda mutua de mujeres maltratadas para que puedan hablar libremente con la o el periodista, así como con el apoyo profesional de coordinación y de sus pares, es una alternativa interesante.
- Hay sobrevivientes de violencia que ante un grabador o un micrófono se sienten enfermas, tienen síntomas físicos y se paralizan, por lo que se hace necesario generar una relación de confianza mutua.
- Los tiempos, la paciencia y la comprensión son actitudes básicas en esta etapa.



- Todo lo dicho deja en claro que no se debe abordar a las mujeres cuando están saliendo de un hospital, comisaría –y mucho menos- de sus casas, o del lugar donde se refugiaron del agresor.

2° paso: Chequeo de fuentes

- Es una regla básica del periodismo. La mujer es la fuente principal y no se la puede entrevistar si no se le cree.
- Si el o la periodista considera necesario, debe pedírsele documentación (denuncias, fallos judiciales, informes forenses) y solicitar el asesoramiento de profesionales que la acompañan.
- Si no tiene documentación o no está siendo asistida, se le puede contactar con personas especialistas que puedan guiarla. La consigna es que esté protegida antes de que la nota se publique o emita.

3° paso: Reglas claras

- La mujer está atravesando un proceso sumamente doloroso y no conoce los códigos periodísticos, por lo que es fundamental que se le explique cómo se realizará el reportaje, si será textual o se editará, si habrá fotos o imágenes y cómo se utilizarán, si se la mostrará de frente o se usarán elementos de ocultación, si se usará su nombre, etc.
- Explicarle las repercusiones que puede tener para ella y su entorno la aparición de la nota.
- Y siempre averiguar si está contenida para aceptar las consecuencias –o no- que pueda tener la publicación o emisión de su testimonio.

4° paso: Ansiedad / expectativas

- Es probable que la mujer espere mucho de la nota. Quizás crea que puede ayudarla a revertir su situación. Se debe hablar claramente con ella y las personas que la apoyan sobre las distintas posibilidades, incluso, que no se mantenga como temática de los medios.

5° paso: El momento de la entrevista

- Elegir un lugar físico que sea agradable y que le dé seguridad a la mujer para realizar el reportaje.

- No olvidar la posibilidad de hacer una entrevista grupal, ya que el grupo contiene.

- Si es grabado hay que tomarse el tiempo necesario para que hable y respetar sus silencios. No atosigarla, sí guiarla para que encamine sus palabras hacia lo que el/la periodista considera importante, de acuerdo al trabajo de preproducción.

- Si llora, dejarla. Tomar su mano, apagar el grabador o la cámara y preguntarse si es necesario mostrarla en ese estado.

- Decirle que se tome el tiempo que necesite para retomar la nota.

- Si la entrevista es en vivo, el trabajo de pre-producción deberá ser más profundo pues se requiere de una mayor preparación al no tener la posibilidad de cortar y editar.

6° paso: Lo que no debe faltar

- La entrevista puede atravesar diferentes estadios, pero nunca debe estar ausente el relato de cómo la mujer salió, o lucha por salir, de la relación de maltrato. Es un aspecto positivo que la animará a ella y a muchas otras mujeres que están en la misma situación.

- Tampoco deben faltar testimonios de especialistas que permitan contextualizar el tema, dejando en claro que este relato de vida no es único, es sólo uno de los miles que podrían reproducirse en los medios.

- Ofrecer teléfonos, mails, direcciones de lugares adonde pueden recurrir las víctimas para solicitar ayuda.

7° paso: La edición

- Si periodistas o otros profesionales de la comunicación están concientizadas sobre la temática, tendrán herramientas para debatir con su personal de edición sobre cómo se difundirá la nota.

- Es importante cuidar el título y el copete, también las imágenes y la musicalización.



8° paso: Seguimiento

- Una vez que la nota se publicó o se emitió es deseable hacer un seguimiento de la mujer y de la temática en general para mantener el tema en agenda.
- ¿Qué han opinado las personas cuando leyeron la nota o la escucharon por radio o la vieron en televisión? Estas opiniones pueden servir para derribar mitos sobre la violencia, para encontrar nuevas fuentes y nuevos testimonios.
- Además ¿ha provocado reacciones de quienes deben tomar decisiones políticas?

9° paso: El vínculo

- Para la mujer, las organizaciones y especialistas será muy valorado que la o el periodista se mantenga en contacto y se comprometa con la temática. Se convertirán en fuentes valiosas para el trabajo responsable.
- No es fácil para las víctimas establecer vínculos y tener confianza luego de su experiencia traumática.
- Para ti, como profesional del periodismo y / del mundo de la comunicación, ésta no debería ser una nota cualquiera: es la nota de una mujer en riesgo que pudo o quiere decir “¡basta!” y se atreve a contarla y compartirla.

10° paso: Especialización

- Si se dio el primer paso, las y los periodistas pueden convertirse en referentes del tema dentro y fuera de los medios. El objetivo es lograr que hacia dentro y hacia fuera de las redacciones se valore otra mirada del oficio: la comprometida con la no violencia cotidiana, con la no discriminación, la igualdad y los Derechos Humanos.

Ejercicio:

El Espectador-Colombia./elespectador.com (Informe de Caracol Televisión)

En Bogotá un hombre mató a su esposa de 21 puñaladas

El asesinato lo cometió frente a sus hijas.

Ver video: <http://www.elespectador.com/noticias/bogota/articulo-228096-bogota-un-hombre-mato-su-esposa-de-21-punaladas>

- Revisa el guión y las imágenes. Según lo visto anteriormente, ¿consideras que se ha tratado la noticia de forma adecuada?
- Redacta nuevamente la noticia con las recomendaciones que hemos hecho en las líneas anteriores. ¿Cómo la re-titularás? ¿Qué otras fuentes has sumado?
- ¿Qué opinas sobre el tratamiento de las imágenes?
- ¿Consideras que habla de factores coadyuvantes o decisorios?
- ¿Qué otros datos aportarías para contextualizar según lo que vimos en las recomendaciones?

E13

El Comercio-Perú./http://elcomercio.pe

El Comercio.pe

Agencias: Facebook | Twitter | Página de inicio

20 de mayo del 2011 | 19 °C | 158721 Usuarios

PORTADA ELECCIONES DEPORTES ESPECTÁCULOS GASTRONOMÍA BLOGS COMUNIDAD REPORTAJES CLASIFICADOS EDICIÓN IMPRESA

El Comercio.pe / Lima

Otro crimen pasional: Mata a su ex mujer por coquetear con un amigo

Ex preso de Lurigancho acuchilló a madre de sus cuatro hijos delante de niños. "La vi muy pegada a mi amigo que le hablaba al oído", contó homicida a PNP tras ser capturado

Stado 13 de marzo de 2010 - 12:45 pm

Celos asesinos. El esbador de La Parada Richard Carlos Ancaya Unico (28) no soportó que su ex pareja Laura Irene Verano Cahuana (28) coquetease con un amigo, por lo que cogió un cuchillo y se lo clavó varias veces en el estómago.

El hecho ocurrió la noche del último jueves en el inmueble ubicado en el pasaje Tello 135, del asentamiento humano "7 de Octubre" en El Agustino. El trágico suceso se dio delante de los niños.

Según las versiones periodísticas, Ancaya llevó a Verano, quien es madre de sus cuatro hijos, a una cantina cerca del cerro El Pino para convencerla a retomar su relación.

"Luego salimos del local y nos metimos a una tienda para seguir tomando, pero cuando me fui a orinar y regresé, la vi muy pegada a mi amigo que le hablaba al oído", contó el asesino.

La nota completa puedes verla en: <http://elcomercio.pe/lima/446442/noticia-otro-crimen-pasional-mata-su-ex-mujer-coquetear-amigo>, aquí extraemos algunas palabras para ayudar en la ejercitación.

Otro crimen pasional: Mata a su ex mujer por coquetear con un amigo.

Ex preso de Lurigancho acuchilló a madre de sus cuatro hijos delante de niños (...)

Celos asesinos. (...) no soportó que su ex pareja Laura Irene Verano Cahuana (28) coquetease con un amigo, por lo que cogió un cuchillo y se lo clavó varias veces en el estómago. (...)

(...) Según las versiones periodísticas, Ancaya llevó a Verano, quien es madre de sus cuatro hijos, a una cantina cerca del cerro El Pino para convencerla a retomar su relación. (...)

[illegible]

La nota completa puedes verla en:

[http://www.bolpress.com/art.php?Cod=2009111209,](http://www.bolpress.com/art.php?Cod=2009111209)

aquí extraemos algunas palabras para ayudar en la ejercitación:

(...) La mayoría de los casos de violación y asesinato de mujeres queda impune.

(...) **Sólo en el primer trimestre de 2009 fueron asesinadas 17 mujeres** en las ciudades de La Paz y El Alto, **sin que hasta la fecha se haya juzgado a los responsables.** Varias organizaciones sociales denunciaron que la mayoría de los casos de violencia contra mujeres quedan en la impunidad.

(...) **El feminicidio** es el asesinato u homicidio de mujeres cometido por hombres con quien la víctima tenía o tuvo relaciones familiares, y en menor proporción por violadores desconocidos.

El feminiicidio no está tipificado en el Código Penal boliviano (...)

(...) Sin embargo, cuando un hombre mata a su pareja (novia, esposa o concubina) elude la aplicación de estos artículos **alegando “Homicidio por emoción violenta”**, logrando en la mayoría de los casos la pena mínima.

(...) **Las mujeres exigieron que el feminicidio sea incorporado en el Código Penal** con pena de 30 años sin derecho a indulto.

REFLEXIÓN

Recuerda, a la luz de las recomendaciones dadas, haz un análisis comparativo de las tres notas. Recuerda sobre todo señalar el sensacionalismo con el que se trata el tema, las menciones a las condiciones mentales, psicológicas, ocasionales de los agresores. Se consideran hechos excepcionales, pues, esto contribuye en cierto modo a fomentar la idea del maltrato como caso aislado y del maltratador desequilibrado o marginado.

Revisa si alguna de las notas habla de las causas estructurales, de los vehículos de transmisión cultural que naturalizan y sostienen la violencia de género, sino de factores coadyuvantes. Podemos observar cómo socialmente se otorga una gran importancia a los factores psicológicos (coadyuvantes, no decisorios) de los agresores, y una importancia sensiblemente menor a los factores sociales y culturales.

Observa como se insiste en los problemas económicos de los agresores cuando se ha evidenciado que la violencia contra las mujeres no hace distinción de clases, puesto que atraviesa todos los segmentos sociales. También en que es escasa la protección de los datos, la intimidad y la imagen de las víctimas.

6.7.2 LA TRATA DE PERSONAS

El Protocolo de las Naciones Unidas para prevenir, reprimir y sancionar la trata de personas, especialmente mujeres, niñas y niños; define este delito como la acción de captar, transportar, trasladar, acoger o recibir personas recurriendo a la amenaza o al uso de la fuerza u otras formas de coacción; al rapto, al fraude, al engaño, al abuso de poder o de una situación de vulnerabilidad, o a la concesión o recepción de pagos o beneficios para obtener el consentimiento de una persona que tenga autoridad sobre otra con fines de explotación. Las formas de explotación incluyen, pero no se limitan, a la explotación de la prostitución ajena u otras formas de explotación sexual, los trabajos forzados, la esclavitud o las prácticas análogas a la esclavitud, la servidumbre o la extracción de órganos.

Informe de situación:

Según un relevamiento realizado en 2008 por la Coalición contra el Tráfico de Mujeres y Niñas, más de cinco millones de mujeres y niñas son víctimas de trata de personas en América Latina y El Caribe.

En Latinoamérica la trata se realiza principalmente mediante el traslado de víctimas hacia los países con mayores estándares de vida. Las redes en Asia, Estados Unidos y Europa tienen sus puntos de operación y reclutamiento principalmente en Brasil y Colombia; los corredores de la trata se extienden además desde Nicaragua a Belice, El Salvador, Guatemala y Honduras. La trata internacional con fines sexuales tiene por destino principal Estados Unidos y México; Nicaragua recibe corrientes de América del Sur y sería el punto de origen de rutas hacia el sur (Costa Rica) y hacia el norte (Honduras).

El papel de los medios y periodistas.

La trata es un delito y la responsabilidad social y ética de los periodistas debe ir en la línea de visibilizarla, denunciarla y apoyar en lo posible para erradicarla sin re-victimizar, ni estigmatizar o poner en peligro a las personas. Por eso es importante tener claros los conceptos y la información que se maneja.

La Fundación Esperanza de Colombia elaboró una serie de recomendaciones para periodistas:



Ten en cuenta que la trata de personas no hace referencia únicamente a fines relacionados con la prostitución ni las únicas víctimas son las mujeres.

El término adecuado es trata de personas y no trata de blancas, considerando que este delito afecta a toda clase de mujeres, hombres, niños y niñas. Como también que los fines de explotación no son sólo sexuales, sino que los hay de tipo económica, afectiva, comisión de ilícitos y extracción de órganos.

Considera otros factores de análisis como el contexto socio-familiar de las víctimas o el perfil del victimario.

Evita:

- El sensacionalismo en la presentación de una historia.
- Señalamientos, adjetivaciones o nombramientos inapropiados que propicien la re-victimización de una persona cuya situación es ya de por sí delicada.
- La re-victimización al mencionar detalles de la experiencia vivida por la persona que ha sido vulnerada.
- Usar el nombre real de la víctima y datos que permitan su localización o identificación.

También la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) recomienda a los medios:

- Resaltar la importancia y complejidad del problema.
- Definir la trata de seres humanos y su importancia en el contexto local.
- Ayudar a cambiar la percepción de la gente sobre la trata y las víctimas de la trata.
- Dar información sobre los métodos de captación para reconocer a las víctimas.
- Transmitir el mensaje a las víctimas de que no están solas, que nadie merece soportar abusos.
- Dar información a las víctimas y a la gente sobre las posibilidades de recibir asistencia.
- Resaltar los esfuerzos del gobierno para contrarrestar la trata de personas.
- Hacer entender a los criminales que serán castigados.

En su guía para periodistas, la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) recuerda que las Convenciones Internacionales protegen los derechos de las víctimas de trata. De esto se desprende el hecho de que la cobertura periodística de este tipo de delito requiera del establecimiento de ciertas medidas de seguridad, especialmente en cuanto a entrevistas realizadas a víctimas y en particular a niños y niñas:

- Puede ser peligroso contar historias de trata de personas por su relación con el crimen organizado. Tomar todas las precauciones necesarias para protección propia, y de las otras personas, para evitar que la víctima sea captada nuevamente. Proteger los derechos e identidades de las víctimas debe ser la mayor preocupación.
- Tener conocimientos sobre el tema de la trata de personas y los programas de asistencia.
- Informarse sobre los prejuicios y estereotipos existentes sobre el tema.
- Considerar la posibilidad de realizar notas acerca de la importancia de la prevención, incluyendo los signos alarmantes para migrantes potenciales.
- Pensar coberturas acerca de las oportunidades de rehabilitación proporcionadas por los gobiernos, organizaciones internacionales y organizaciones no gubernamentales. Eso podría incluir historias de éxito en programas de rehabilitación, refugios, cursos de capacitación, servicios médicos y otra asistencia disponible para las víctimas.
- Proporcionar información sobre los lugares donde se puede encontrar orientación y asistencia, también donde se puede reportar de manera anónima un caso de trata.

El organismo también sugiere hacer entrevistas a las personas que pasaron por una situación de trata después del proceso de rehabilitación, cuando la víctima ya no está traumatizada. Y brinda algunas pautas:

- Obtener los antecedentes generales de la persona a entrevistar.
- Nunca mostrar la cara de una víctima.
- Cuando se entrevista a una persona es mejor hacerlo en presencia de una persona en quien ella confía. Eso es particularmente importante cuando se trata de niños o niñas.
- Poner atención a la cultura de la víctima.
- Es útil contar con la asistencia de una persona que pueda traducir o interpretar.
- No estigmatizar a la víctima.
- No usar estereotipos, acusaciones y no realizar coberturas sensacionalistas.
- Las víctimas ya sufrieron mucho, una mala cobertura puede crear estigma dentro de la comunidad de origen de la víctima.
- Respetar el derecho de las víctimas de no responder a ciertas preguntas.
- Evitar teatralizar el evento o forzar la actuación de la persona entrevistada. La historia ya es dramática de por sí.



*"Lo importante es que los medios y los lectores, radioescuchas o televidentes se percaten de que, por más terrible que sea la trata de personas, podemos hacer cosas positivas para detenerla: **denunciar lugares de trabajo sospechosos o patrones de movimiento extraños es una forma de actuar.** La gente también puede **recurrir a sus gobiernos** para reforzar las leyes contra la trata de personas y para aplicarlas rigurosamente. También es importante que las personas traten a quienes han sido sometidos a la trata con **comprensión y aceptación.** Ellos son las víctimas, no los delincuentes, y necesitan de apoyo humano para empezar a reconstruir sus vidas"*

June Kane (2010)

periodista australiana especializada en trata

Por su parte Susana Fernández (2010), portavoz de la Red Española contra la Trata de Personas, considera que, en general, el tratamiento de los medios de comunicación no ha ayudado a entender las causas ni a identificar a las víctimas como tales. Y brinda un ejemplo: "cuando la policía realiza una redada en un 'club' da cuenta a los medios y éstos relatan los hechos. Las mujeres explotadas, las víctimas, son tildadas de prostitutas cuando en realidad son víctimas. Casi ningún medio cuestiona que se les detenga como a delincuentes por estar en situación irregular. El morbo marca en muchas ocasiones el tratamiento de la información y casi nunca muestra soluciones."

E15

Diario Hoy-Ecuador./www.hoy.com.ec

Casino Montecarlo del Mercure Grand Hotel Alameda Quito
•• el primer Casino turístico ••
www.casinomontecarlo.ec / www.mercurequito.com.ec

hoy.com.ec
EL PRIMER DIARIO EN LÍNEA DE AMÉRICA DEL SUR. EN LA RED DESDE 1994

Inicio HOY Interacción Especiales Suplementos Servicios Suscripciones Contactenos
Actualidad Deportes Diario de Negocios Entretenimiento Internacional Multimedia Opinión País Sociedad Miami

Archivado en Blanco y Negro Comparte esta noticia
Tags:

Ucraniano prostituía a su mujer boliviana
Publicado el 11/Mayo/2009 | 00:02

<<< Volver

Trata de personas

Durante un año vivió bajo la esclavitud de su conviviente, el ucraniano Gennadi Bajok (51 años).

El ucraniano Gennadi Bajok (51 años) fue acusado por su pareja a mantener relaciones sexuales hasta con 12 hombres al día, a cambio de \$40 cada uno.

MULTIMEDIA
Video Fotos Audio

La nota completa puedes verla en:

<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/ucraniano-prostituia-a-su-mujer-boliviana-347791.html>

En base a las recomendaciones para periodistas desarrolladas en esta parte del Manual, ¿qué fuentes y análisis incluirías en esta nota?

¿Qué palabras y conceptos cambiarías?

Revisa la nota 1 del Manual y escríbela de nuevo en base a las pautas detalladas sobre tratamiento periodístico de trata de personas.

Putas: dólar y placer

Thomas Rorke | Crítica en Línea
Crítica Panamá/ www.critica.com



La nota completa se puede ver en:

<http://www.critica.com.pa/archivo/11282004/nacional.html>

Aquí extraemos algunos párrafos para el análisis:

Solamente en la ciudad Capital hay 10 locales comerciales dedicados a la trata de blancas y se cree que en nuestro país opera una banda organizada con dicho fin. (...)

(...) las autoridades de Migración deben coordinar los vuelos y horas para que las detenidas sean deportadas, lo que se traduce en gastos para el Estado, dijo una fuente.

(...) El motivo por el cual las colombianas tienen tanta demanda en el Istmo, obedece a su belleza, su fama de ardientes y por su ternura, dijo la entrevistada, quien está contenta de estar en Panamá.



6.7.3 CONFLICTO ARMADO

Violencia sexual contra las mujeres en situación de conflicto armado.

La violencia sexual hacia las mujeres en situaciones de conflicto armado es usada habitualmente como arma y estrategia de guerra, con el propósito de dominar y causar terror, pues sus efectos van más allá del daño físico.

La resolución 1325 del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas sobre Mujer, Paz y Seguridad, aprobada el 31 de octubre de 2000, reconoció específicamente las consecuencias de los conflictos y, en especial, de la violencia sexual sobre las mujeres y niñas.

Siguiendo los pasos de la Resolución 1325, el Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas aprobó el 30 de septiembre de 2009 una nueva resolución con la que se pretende poner fin a los actos de violencia sexual en casos de conflicto armado.

Recomendaciones básicas:

La Corporación Humanas que trabaja en temas de Género y Derechos Humanos en algunos países de la región, elaboró un documento con varias **recomendaciones básicas** para periodistas que estén trabajando la temática. Ponle atención a éstas:

- Informar sobre el contexto y no sólo verlo como un hecho aislado, es decir, los efectos que tiene para la víctima su entorno y la gravedad de la situación.
- No naturalizar este tipo de situaciones y evitar testimonios que culpabilicen a la víctima o puedan suponer algún tipo de justificación.
- No caer en el amarillismo publicando fotos o detalles morbosos que puedan denigrar la integridad de las víctimas, y siempre solicitar permiso para difundir imágenes.
- No actuar con precipitación, buscar expertos, documentación; hablar con las víctimas y visibilizar a través de distintos géneros periodísticos para lograr un abordaje integral.
- Realizar seguimiento de las noticias sobre el delito de violencia sexual en el contexto de conflicto armado, destacando las denuncias, los procesos pendientes, las sentencias condenatorias, los pronunciamientos de las Cortes.

Informar en primera línea. Recomendaciones de seguridad:

La International News Safety Institute ha elaborado una serie de pautas para mujeres periodistas que trabajan en zonas de conflicto, a partir de los aportes de la periodista Judith Matoff. Éstas son algunas de sus sugerencias:

- Hay que alentar a las mujeres a que hablen de sus necesidades específicas de apoyo y protección con sus colegas.
- Tiene que quedar claro que el acoso sexual y las insinuaciones sexuales son inaceptables. Los jefes deben reconocer la amenaza y el temor a la violación.
- Si trabaja como reportero o reportera “empotrado” (“embebed”, que vive y se mueve con las tropas en combate) no suponga nada en lo que se refiere a su seguridad personal. Haga todo lo necesario para tener claras, por adelantado, las condiciones a las que se enfrentará. Pregunte con quién se reunirá, dónde dormirá, etc.; así sabrá qué puede esperar.
- Las periodistas, incluidas las freelances, deberían, en lo posible, tener la oportunidad de entrenarse en auto-defensa.
- Las mujeres necesitan chalecos anti-bala pequeños y adecuados a su cuerpo que puedan llevar cómodamente.
- Antes de cualquier misión, las empleadas y los directores tienen que estar seguros de que conocen las costumbres locales específicas de las mujeres.
- Tanto para hombres como para mujeres no es buena idea reprimir la angustia emocional. Encuentre a alguien en quien confíe con quien pueda hablar. Ofézcase a escuchar—sin juzgar—las preocupaciones de sus colegas.
- La ayuda psicológica gratuita y confidencial debe estar a disposición de las mujeres—y los hombres—que deseen utilizarla después de haber pasado por la experiencia de un conflicto u otros acontecimientos traumáticos.
- Mantente vigilante al volver a tu habitación del hotel. Alerta al personal del hotel si sospechas que alguien te está siguiendo.
- No bebas alcohol en las entrevistas por mucho que confíes en la persona entrevistada. Muchas violaciones durante el trabajo ocurren cuando se ha emborrachado a las mujeres.
- Antes de partir para una misión arriesgada anota el teléfono de una línea de ayuda psicológica permanente. Averigua dónde conseguir medicación para el VIH SIDA para el caso de violación por un portador del virus. Establece una buena comunicación con un editor que vaya a ser sensible en el caso de que sufras abusos sexuales.



- No te peines con cola de caballo. Eso hace más fácil a un atacante agarrarte.
- En algunas culturas las mujeres solas, sin acompañante, son particularmente vulnerables. Llevar un anillo de casada, aunque seas soltera, puede ayudar a alejar agresiones.
- Camina con seguridad.
- Trata de no viajar sola en lugares donde puedes ser vulnerable a agresiones.
- Evita callejones estrechos.
- Investiga a tu personal de apoyo.
- Evita entrevistar a grupos de hombres armados tú sola, especialmente si están bebiendo.
- Si sufres abusos sexuales: No te culpes, busca ayuda médica y psicológica inmediatamente e informa a colegas de confianza.

Ejercicio:

Revisa esta nota teniendo en cuenta las recomendaciones aportadas en esta sección:

Cada 44 minutos una mujer fue violada por actores armados en Colombia.

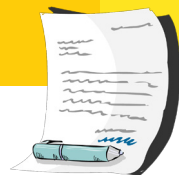
Escrito por Ángela Castellanos Aranguren.* Domingo, 23 de enero de 2011.

De 2001 a 2009, cada 44 minutos -de promedio- una mujer fue violada por actores del conflicto armado en Colombia, con un resultado de 26.453 mujeres embarazadas, según reveló la encuesta de prevalencia que, sobre el tema, realizó la ONG Oxfam con nueve organizaciones de Derechos Humanos y de Mujeres de Colombia.

<http://diariodelosandes.com/content/view/143154/105826/>

7

**LLEGASTE A LA PRUEBA
FINAL...**



Llegamos al final del Manual de Género para Periodistas pero iniciamos una nueva etapa para colaborar en la concreción de un periodismo democrático, donde la igualdad y la equidad sean prioritarias en las políticas de responsabilidad social de las empresas mediáticas. Te queremos invitar a ser parte activa de ese proceso de cambio.

Los estudios realizados por especialistas, periodistas, organizaciones de mujeres y organismos internacionales, y las críticas y revisiones del equipo de validación, nos ayudaron a concretar este trabajo, al que sumamos ideas y experiencias propias, ejemplos y ejercicios para demostrar que es posible transversalizar el género en las diferentes coberturas y en los distintos formatos de los que disponemos para hacer periodismo.

Con esto demostramos que sí es posible hacer un periodismo diferente que nos enriquezca como profesionales, y por ende, que sea de impacto para lograr sociedades más justas en nuestra región.

Nuestra propuesta pretende despertar la curiosidad, el nacimiento de nuevas preguntas, nuevas inquietudes... que nacen sólo después de puestos los lentes violetas.

Iniciamos este Manual con la propuesta de mirar hacia dentro de nuestros medios. Si llegaste hasta aquí, es el momento de volver al 'juego de pulsaciones' para repensar la práctica profesional interna y avanzar, luego, en el enfoque de género en los productos comunicacionales que presentas en tus medios.

Y vamos por más, porque a continuación te proponemos otra batería de ejercicios para seguir ejercitando un periodismo inclusivo.

Ejercicio:

Este es un apartado para ejercitar el recorrido teórico-práctico que realizamos en el Manual. Si bien hay ejercitaciones en cada capítulo, éste es un plus para seguir la ruta de un periodismo con enfoque de género. Esperamos que este anexo anime a seguir practicando y enseñando nuevas formas de contar historias.

1-Encontrando a las mujeres en los medios.

Elige un diario del día, o un programa informativo radial o el noticiero de horario central. Puedes también seleccionar un medio en línea y hacer seguimiento de las noticias que sube durante un día.

Y comenzamos:

¿Cuántas mujeres aparecen en las noticias? ¿Cuántos hombres?
¿Cómo se las nombra?
¿Por qué o para qué se la consulta? ¿Y a ellos?
¿Cuánto tiempo o espacio ocupan mujeres y hombres?
¿Hablan las mujeres de deporte?
¿Hablan de las mujeres en política?
En espectáculos ¿quiénes tienen más protagonismo: ellas o ellos?
Elige una de las informaciones del día y piensa cómo le darías un enfoque de **género** en base a lo que hemos visto en este Manual.
Revisa tu agenda de contactos.

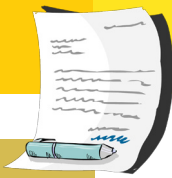
2-Practicando un lenguaje no sexista.

Te proponemos que transformes esta noticia de Reuters utilizando un lenguaje inclusivo. Y de paso reflexiona sobre qué datos crees que faltan para darle enfoque de género. ¿En qué sección de tu medio incluirías esta noticia?

Niños inmigrantes realizan peligrosa travesía en documental EE.UU.

- * Niños inmigrantes viajan sin sus padres a EE.UU.
- * Niños soportan peligrosa travesía para cruzar frontera.

Por Michelle Nichols



NUEVA YORK, agosto 19 (Reuters) - Con una esterilla enrollada y colgada en su espalda, Kevin, un hondureño de 14 años sube a bordo de un tren de carga mexicano para realizar una travesía de 2.330 kilómetros hasta la frontera estadounidense: un peligroso viaje mostrado en un documental.

“Lo que siempre he soñado es estar en Estados Unidos. Muchos de los niños en Honduras crecen con esa idea”, explica Kevin en la película “Which Way Home”, que será transmitida en Estados Unidos el lunes por el canal de cable HBO.

Cada año miles de inmigrantes centroamericanos viajan en trenes de carga mexicanos hacia la frontera estadounidense y cerca de un cinco por ciento de ellos lo hace sin sus padres, comentaron funcionarios de trenes a la directora del documental Rebecca Cammisa.

Aproximadamente 12 millones de inmigrantes ilegales viven y trabajan en Estados Unidos y cerca de 2 millones de ellos provienen de países afectados por la pobreza y propensos a desastres de Centroamérica.

“La verdad es que mi madre es muy pobre. El dinero que ella gana apenas alcanza para alimentarnos”, agrega Kevin, quien viaja junto a su amigo Fito, de 13 años. “En mi vida me gustaría ser capaz de ayudarla y ser capaz de comprarle una casa”, precisa.

ARRIESGADO VIAJE.

“Which Way Home” realiza un seguimiento a Kevin, Fito y varios otros niños mientras viajan hacia el norte, arriesgándose a ser asaltados, violados, golpeados o asesinados por criminales que atacan a inmigrantes vulnerables o incluso a morir o resultar mutilados si llegan a caer del tren.

“Para inmigrantes que están intentando llegar a través de México a Estados Unidos, la situación es increíblemente deshumanizante”, comentó en una entrevista a Reuters Cammisa.

“(En un centro de detención) un muchacho entró y simplemente colapsó frente a nosotros”, agregó.

“El estaba completa y totalmente devastado”, expresó. “Él había estado viajando con su hermano y su hermana. Los tres estaban intentando llegar a Estados Unidos. Su hermana fue violada por una pandilla y su hermano fue muerto a tiros frente a él”, explicó.

Funcionarios estadounidenses dijeron a Cammisa que cerca de 100.000 niños son detenidos anualmente por ingresar de manera ilegal a Estados Unidos.

Los niños que protagonizan “Which Way Home” dijeron que ellos estaban intentando llegar a Estados Unidos para reunirse con uno de sus padres o para tener una mejor vida. Algunos, incluso, sugirieron que esperaban ser “adoptados” por una familia estadounidense.

Sin embargo, a pesar de que el viaje por México tiene peligros, éste no termina en la frontera estadounidense en donde a menudo inmigrantes se enfrentan a vastos desiertos.

“Which Way Home” cuenta la historia de las familias de dos primos de 13 y 16 años que llegaron a Estados Unidos pero murieron en el desierto de Arizona.

El tema de la inmigración genera fuertes sentimientos en el debate en Estados Unidos. El presidente estadounidense, Barack Obama, ha dicho que espera que el Congreso realice una reestructuración al sistema de inmigración a inicios del próximo año.

Cammisa dijo que primero leyó algo sobre los viajes en trenes de los inmigrantes en un periódico y pasó más de seis años trabajando en el filme, empleando becas del Instituto Sundance de Robert Redford, HBO y una beca Fulbright antes de que la compañía productora de John Malkovich se hiciera cargo del documental.

“Espero que la gente vea este filme y esto podría profundizar su comprensión, ayudar a crear una visión más compasiva”, dijo Cammisa.

“Estoy esperando que este filme pueda ser usado como una herramienta que impulse una reforma de inmigración positiva”, apuntó.

3- Transversalizando el género.

A- Te proponemos dos notas de deportes. Compara el tratamiento de género de cada una y el lenguaje que utilizan. Convierte las dos notas en una sola complementando con los datos que consideres pertinente.

1- Ovación digital- Uruguay.

Turf /Jocketa - Josiane Gulart visitó Maroñas



La cuota femenina que le falta al turf nacional ¿Te interesa esta noticia? ¿Por qué no hay mujeres corriendo? Es la pregunta natural que hacen las damas en sus primeras visitas a Maroñas al percatarse que sólo hay hombres compitiendo.

Esa carencia que tiene el espectáculo quedó reflejada una vez más ante la presencia de la jocketa brasileña Josiane Gulart, quien estuvo en el hipódromo durante el fin de semana. Muchos consultaron si había venido a correr, pero se quedaron con las ganas de verla en acción.

Gulart llegó al barrio Ituzaingó aprovechando una suspensión de 15 días que le aplicaron en Cidade Jardim (San Pablo) y por medio de una invitación cursada por Luis Fernando Cirne Lima, un importante propietario de caballos de Brasil.

"No esperaba encontrar un hipódromo tan lindo. Me encantaría poder correr aquí", comentó la jocketa, mientras el entrenador Ivo Pereira la elogiaba: *"si viniera podría ser la próxima Susana Davis",* expresó, trayendo el recuerdo de la amazona nortea que compitió en Maroñas en la década del 70.

<http://www.ovaciondigital.com.uy/100921/turf-516647/turf/la-cuota-femenina-que-le-falta-al-turf-nacional>

2-Mejor jugadora de fútbol, nueva embajadora del PNUD-Noticias, ONU.

El Programa de la ONU para el Desarrollo nombró este lunes a Marta Vieira da Silva como la mejor jugadora de fútbol del mundo, y embajadora de Buena Voluntad en la lucha contra la pobreza mediante el empoderamiento femenino.

Durante una ceremonia en Estocolmo la deportista brasileña se comprometió a promover los esfuerzos internacionales para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

"Tenemos en mente trabajar a favor de las personas carentes en el mundo entero, y también por las adolescentes y las mujeres que afrontan cada día dificultades para sobresalir en el mundo de los negocios, de los deportes, e incluso, la vida privada", declaró Marta.

La futbolista tuvo una infancia muy pobre en un barrio de Alagoas.

Su relación con el PNUD comenzó hace tres años cuando Ronaldo y Zinedine Zidane la invitaron a jugar en un equipo de hombres un partido contra la pobreza, organizado por el organismo de la ONU en Fez, Marruecos.

<http://www.unmultimedia.org/radio/spanish/detail/163842.html>

4- La televisión y la violencia.

Mira este video del canal Acción 10 de Nicaragua sobre el asesinato de una mujer a causa de violencia de género: http://www.youtube.com/watch?v=f9w_hd63b1s&feature=player_embedded

- ¿Cómo consideras que es el tratamiento de las imágenes? ¿Utilizarías esos planos u optarías por otros?
- ¿Qué preguntas hubieras hecho al juez?
- ¿Quién es la mujer que habla?
- ¿Qué detalles están dando? ¿Consideras necesario este tipo de descripciones?
- ¿Qué otras voces incluirías en el informe?
- ¿Qué datos crees que faltan?
- ¿Cómo aprovecharías los títulos?

5- Entrevistas en clave de género.

Elige algunas de las temáticas que destacamos en el apartado 6 de este Manual: participación política, economía y trabajo, migración, pobreza, medio ambiente, salud, violencia y trata de personas.

Entrevista a una mujer y a un varón que integren el Parlamento local. Hazle las mismas preguntas. Compara sus respuestas y busca nuevas fuentes para contextualizar el tema elegido siguiendo las recomendaciones que aparecen a lo largo de este manual.

8

ANEXOS

ÍNDICE ANEXOS

- 8.1. Mapa de Género y Comunicación en América Latina y El Caribe. Algunas prácticas en la región.**
- 8.2. Glosario Básico.**
- 8.3. Bibliografía y webgrafía revisada y complementaria.**
- 8.4. Metodología de validación.**

8.1

ANEXO 1. MAPA DE GÉNERO Y COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE.

Profesionales de la comunicación han ido construyendo mosaicos que nos llenan de optimismo, una telaraña de redes, organizaciones y personas que han impulsado una gran diversidad de iniciativas sobre periodismo con enfoque de género.

En esta sección de América Latina Genera encontrarás iniciativas sobre Género y Comunicación: http://www.americalatinagenera.org/es/index.php?option=com_content&view=article&id=1174&Itemid=335&&mapa_id=2

Algunas de estas iniciativas son:

REGIONAL

SEMLAC (Servicio de Noticias de la Mujer de Latinoamérica y El Caribe)

<http://www.redsemlac.net/web/>

Agencia Regional en América Latina y El Caribe que desarrolla un periodismo desde las mujeres y con una perspectiva de género. La información se transmite en formato digital.

ARGENTINA

ARTEMISA NOTICIAS

www.artemisanoticias.com.ar

Portal periodístico con enfoque de género dirigido a mujeres y varones. Sus inicios se remontan al año 2005.

HIJAS DE EVA

<http://hijasdeeva.wordpress.com/>

Blog que emite información para hombres y mujeres en la búsqueda de los mismos Derechos.

LA OTRA VOZ DIGITAL

www.laotravozdigital.com

Semanario digital que publica información de género.

LAS 12 (suplemento semanal del diario Página 12)

<http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/las12/index.html>

Suplemento semanal de género del diario Página 12.

PAR

<http://www.redpar.com.ar/>

Periodistas de Argentina en Red- por una comunicación no sexista.

Reúne a periodistas mujeres y varones de todo el país. Realizan capacitaciones, acciones de incidencia y elaboran materiales de sensibilización sobre la inclusión de la perspectiva de género en los medios.

RED NOSOTRAS EN EL MUNDO

<http://www.rednosotrasenelmundo.org/>

La Red surgió en 2006 y la principal actividad es la producción de audios feministas, con perspectiva de género y/o que recogen las voces de las mujeres. Estos materiales se difunden y comparten a través de esta página Web desde donde pueden ser descargados para reutilizarlos libremente. Trabaja en conjunto con el Área de la Mujer de Radio Vallekas, de Madrid, España.

RIMA

<http://www.rimaweb.com.ar/>

Promueve la inclusión de las problemáticas de las mujeres en las agendas de los medios de comunicación, produciendo y difundiendo información con una perspectiva feminista.

URBANAS EN RED

www.urbanasenreddigital.com.ar

Urbanas en Red es una publicación dedicada al periodismo con enfoque de género. Su aparición data de 2006; en sus inicios se presentó en formato papel. A partir de 2009 cambió su aparición para pasar al formato virtual. Junto a la Otra Voz Digital y a la web de la periodista especializada en género, Liliana Hendel, realizan un Boletín de Noticias de Género. (boletindegenero@gmail.com)

BRASIL

ADITAL: Agencia de Información Frei Tito para América Latina.

Agencia de noticias que lleva adelante una agenda social latinoamericana y caribeña.

<http://www.adital.org.br>

CHILE

ISIS INTERNACIONAL

<http://www.isis.cl/>

Cuenta con el Portal Mujeres Hoy “Rompe el silencio” (www.mujereshoy.com); sistema informativo virtual de género que produce y difunde información especializada sobre las distintas expresiones de la violencia contra las mujeres a nivel regional.

RADIO TIERRA

<http://www.radiotierra.cl/?q=node/816>

Es un medio de comunicación comunitario, independiente, ciudadano y promotor de los Derechos Humanos. Transmite desde 1991 para la ciudad de Santiago de Chile a través de la señal AM 1300. Desde 2004 mantiene su plataforma internet www.radiotierra.cl. (www.radiotierra.com y www.radiotierra.info) que emite 24 horas al día.

COLOMBIA

Red Colombiana de Periodistas con Visión de Género.

<http://redcolombianadeperiodistasconvisiondegenero.wordpress.com/author/redcolombianadeperiodistasconvisiondegenero/>

La Red está integrada por periodistas y profesionales de la comunicación que trabajan la información desde un enfoque de género para visibilizar a las mujeres y promover sus Derechos.

Info Género

<http://www.infogenero.net/sitio/>

Productora de información que considera el periodismo como un terreno intermedio, un campo en travesía que puede ayudarnos a entender la realidad. Una comunicación que nos ayude a comprender, a expresar la ambigüedad, a captar la magia de la circunstancia, a ver lo inacabado, a señalar la luz del suceso, a religar lo que aparentemente está separada.

Lola Mora Producciones

<http://www.lolamora.net/>

Con personas dedicadas al periodismo, la información, la formación, la tecnología, la investigación; nació en 2005 con un “tenderete” multimedia y autónomo. Su filosofía es no desprenderse de los problemas reales de las personas. Enseñar otras realidades a través de los testimonios en primera persona y las imágenes.

ECUADOR

ALAI (Agencia Latinoamericana de Información)

<http://alainet.org/>

Sección mujeres. Espacio de información donde se tratan diversos temas referidos a las agendas de género y la situación de las mujeres.

RADIALISTAS APASIONADAS y APASIONADOS

<http://www.radialistas.net/index.php>

Sitio web que promueve la democratización de las comunicaciones, especialmente de la radio desde las perspectivas de género y ciudadanía.

GUATEMALA

CERIGUA (Centro de reportes informativos sobre Guatemala)

<http://cerigua.org/portal/>

Agencia de comunicación alternativa.

VOCES DE MUJERES

<http://www.vocesdemujeres.com/>

Espacio de comunicación alternativa en radio.

LA CUERDA

<http://lacuerdaguatemala.org/inicio.html>

Periódico feminista que se divulga por vía electrónica e impresa. Busca dar a conocer y hacer visible el quehacer y sentir de las mujeres en Guatemala, divulgando –al mismo tiempo– propuestas políticas feministas.

MÉXICO

CIMAC (Comunicación e Información de la mujer)

<http://www.cimacnoticias.com/site/>

Agencia de noticias multimedia que produce y distribuye de manera solidaria información escrita, en envíos diarios y semanales. Genera noticias radiofónicas y mantiene el portal de CIMAC Noticias (www.cimacnoticias.com). También un canal de TV digital (<http://www.livestream.com/unaventanaalaigualdaddegenero>). Realiza investigaciones, monitoreos y capacitaciones.

MUJERES NET INFO

[http://www.mujeresnet.info /](http://www.mujeresnet.info/)

Espacio de información con perspectiva de género, cuya publicación es electrónica y mensual.

RED TAMAULIPAS

www.redtamaulipas.com

Agencia de noticias con perspectiva de género en Tamaulipas. Provee noticias actualizadas y periódicas que se generan en Tamaulipas, pero principalmente abordan los problemas de género.

NICARAGUA

BOLETINA

www.puntos.org.ni/boletina

Revista on line de debate feminista. Su objetivo es incidir en la opinión pública y en la vida política y social del país, dando mayor divulgación a los planteamientos y análisis feministas, y a los aportes del movimiento de mujeres.

PERÚ

CALANDRIA

<http://www.calandria.org.pe/>

Asociación de comunicadores sociales que trabajan distintas temáticas para incidir en los medios.

MILENIA – Radio

<http://www.corporacionimpacto.com/>

Emisora del Colectivo Radial Feminista (CRF). Consorcio conformado por organizaciones de larga trayectoria en el ámbito feminista: Movimiento Manuela Ramos, CMP Flora Tristán, ASC Calandria y Micaela Bastidas (Trujillo), que trabaja desde 1991 en el ámbito de la comunicación radial con perspectiva de género.

RED MUPE (Red Perú de mujeres periodistas)

<http://redperudemujeresperiodistas.blogspot.com/>

Espacio digital que provee información y comunicaciones para quienes integran la Red. Tiene como objetivo la defensa y protección de los Derechos Humanos de las periodistas.

REPÚBLICA DOMINICANA

A PRIMERA PLANA

<http://www.aprimeraplana.org/content/view/5/6/>

Publicación de la Red Dominicana de Periodistas con Perspectiva de Género, dedicada a promover la equidad intergeneracional desde los medios masivos de comunicación.

VENEZUELA

PALABRAS DE MUJER

<http://palabrademujer.wordpress.com/>

Página digital que se publica los domingos desde 1992 en El diario de Los Andes.

GÉNERO CON CLASE

<http://generoconclase.blogspot.com/>

Blog con información sobre género.

Y además:

AMECO PRESS-ESPAÑA

<http://www.amecopress.net/>

Agencia de información especializada en elaborar, difundir y transmitir información periodística desde la perspectiva de género.

ASOCIACIÓN MUNDIAL DE RADIOS COMUNITARIAS

<http://alc.amarc.org/index.php?p=home&l=ES>

Promueve la democratización de las comunicaciones para favorecer la libertad de expresión y contribuir al desarrollo equitativo y sostenible de los pueblos.

FEDERACIÓN DE PERIODISTAS DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (FEPALC)

<http://www.fepalc.org/secciones.php?Itemid=11>

Cuenta con un área de género.

LA INDEPENDENT

<http://www.laindependent.cat/>

Agencia catalana de noticias con visión de género.

PIKARA MAGAZINE- PAÍS VASCO

<http://pikaramagazine.com/>

Periodismo con perspectiva de género protagonizado por personas e historias que rara vez aparecen en los medios.

RED INTERNACIONAL DE PERIODISTAS CON VISIÓN DE GÉNERO

<http://periodistasdegenero.org/>

Agrupación de profesionales de más de 30 países del mundo que trabajan por visibilizar en los medios los Derechos Humanos de las mujeres.

OBSERVATORIOS DE MEDIOS¹²

Existen observatorios de medios en Latinoamérica con distintas metodologías, auditando todo tipo de medios o sólo algunos. Son insumos importantes para consultar como fuente periodística en las distintas temáticas que desarrollamos en el Manual. Algunos de ellos surgen por iniciativa de organizaciones sociales y organismos internacionales, o a partir de legislaciones nacionales específicas.

Estas son algunas de las iniciativas:

REGIONAL

*Observatorio regional Mujeres en los Medios- Incluye a Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador y Perú.

<http://www.observatorioregionaldemedios.org/index-1.html>

ARGENTINA

Observatorio de Medios con Perspectiva de Género- Universidad Nacional de La Plata.

<http://www.perio.unlp.edu.ar/node/348>

Las mujeres en los medios. Equipo Latinoamericano de Justicia y Género.

<http://www.ela.org.ar/a2/index.cfm?fuseaction=MUESTRA&codcontenido=373&plcontampl=6&aplicacion=app187&cnl=14&opc=9>

BOLIVIA

Observatorio de Género- Medios de Comunicación.

<http://www.coordinadoradelamujer.org.bo/observatorio/index.php/tematica/menu/tem/4>

BRASIL

Observatorio Brasil de la Igualdad de Género- Comunicación y Medios.

<http://www.observatoriodegenero.gov.br/eixo/comunicacao-e-midia>

CHILE

Observatorio Género y Equidad en los Medios.

http://www.observatoriogeneroyliderazgo.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=42

ECUADOR

Observatorio Ciudadano de la Comunicación- Fundación GAMMA

<http://www.gammaecuador.org/indice.php/12>

¹² Fuente: FUCATEL. Observatorio de medios de Venezuela.

COLOMBIA

Observatorio de Humanas.

<http://www.humanas.org.co/html/observatorio.html>

EL SALVADOR

Observatorio de la Violencia de Género contra las Mujeres- Monitoreo de Medios sobre Violencia y Femicidios.

<http://observatoriodeviolencia.ormusa.org/monitoreos.php>

MÉXICO

Observatorio Ciudadano por la Equidad de Género en los Medios de Comunicación.

<http://www.observatorioequidadmedios.org/>

Minerva- Observatorio de Publicidad y Comunicación No Sexista- Ayuntamiento de Guadalajara.

<http://www.observatoriominerva.gob.mx/publicidad.html>

PERÚ

Monitoreo de la Información Periodística de Género- Asociación de Comunicadores Sociales 'Calandria'.

http://www.calandria.org.pe/exp.php?id_secc=&id_subsecc=44&id_exp=20

8.2

ANEXO 2. GLOSARIO BÁSICO DE GÉNERO.

Elaboración propia a partir de las diferentes Fuentes:

- Glosario Básico de Género de América Latina Genera.
- Glosario de términos sobre Género y Derechos Humanos, de Artemisa Comunicación.
- “100 palabras para la Igualdad. Glosario de términos relativos a la igualdad entre hombres y mujeres”; Comisión Europea, Dirección General de Empleo, Relaciones Laborales y Asuntos Sociales, 1998.
- Glosario de Género y Salud. USAID / Glosario FIRE.
- Glosario de Género y salud. USAID / Glosario de términos sobre género. Centro Nacional para el Desarrollo de la Mujer y la Familia.
- IIDH, Diccionario Electoral, Tomo I.

A

ACCIÓN POSITIVA

Medidas dirigidas a un grupo determinado con las que se pretende suprimir y prevenir una discriminación o compensar las desventajas resultantes de actitudes, comportamientos y estructuras existentes (denominadas a veces “Discriminación positiva”).

ACOSO SEXUAL

“Es un comportamiento o acercamiento sexual no deseado por la persona que lo recibe y que provoca efectos perjudiciales en el ambiente laboral y educativo...”, que afecta el desempeño, el cumplimiento y el bienestar personal de la persona acosada. Los acercamientos pueden ser desde miradas, invitaciones o comentarios insinuantes. Igualmente se trata de una acción que se dirige a exigir, manipular, coaccionar o chantajear sexualmente a una persona y que procura obtener algún tipo de gratificación a cambio.

ANÁLISIS DE GÉNERO

Estudio de las diferencias de condiciones, necesidades, índices de participación, acceso a los recursos y desarrollo, control de activos, poder de toma de decisiones, etc.; entre hombres y mujeres debido a los roles que tradicionalmente se les ha asignado.

Proceso teórico-práctico que permite analizar de forma diferenciada los roles, los espacios y los atributos que la construcción social adjudica tanto a las mujeres como a los hombres; pero además visualizándolos dentro de un sistema de relaciones de poder. Por lo tanto implica estudiar formas de organización basados en relaciones dadas entre hombres y mujeres, identificando el trabajo productivo y reproductivo, el acceso y el control de beneficios, limitaciones y oportunidades, así como la capacidad organizativa de hombres y mujeres para promover la igualdad. En términos operativos el análisis de género es el primer paso para la elaboración de cualquier política y la planificación de planes o programas tendiente a transformar la naturaleza del desarrollo basados en la desigualdad.

B

BARRERAS INVISIBLES

Actitudes resultantes de las expectativas, normas y valores tradicionales que impiden la capacitación (de la mujer) para los procesos de toma de decisiones y para su plena participación en la sociedad.

BRECHAS DE GÉNERO

Son denominadas como diferencias y se definen como las condiciones desiguales que hay entre hombres y mujeres en el acceso a los recursos y servicios de desarrollo, como salud, educación, tierra, crédito, vivienda, asistencia técnica, información, etc.

C

CONCILIACIÓN DEL TRABAJO Y LA VIDA FAMILIAR

Introducción de sistemas de permiso por razones familiares y de permiso parental, de atención a la infancia y a personas de edad avanzada, y creación de una estructura y organización del entorno laboral que facilite a hombres y a mujeres la combinación del trabajo y de las responsabilidades familiares y hogareñas.

CONDICIÓN (DE LAS MUJERES)

Son los factores y mecanismos sociales, económicos y culturales que mantienen a la mujer en una situación desventajosa y subordinada en relación al hombre. La forma en que se expresa esta subordinación varía según el contexto histórico y cultural. La condición de la mujer como herramienta conceptual y operativa para el análisis supone tomar en cuenta su estado material, que se expresa en el nivel de satisfacción de sus “necesidades prácticas”, como son el acceso a servicios agua, electricidad, vivienda, atención sanitaria, empleo e ingresos, etc.

CUOTA

Proporción dada, o parte de puestos, escaños o recursos que deben ser atribuidos a un colectivo específico, generalmente siguiendo ciertas normas o criterios, con la que se pretende corregir un desequilibrio anterior; habitualmente en posiciones de toma de decisiones o en cuanto al acceso a oportunidades de formación o a puestos de trabajo.

CUOTAS DE PARTICIPACIÓN POLÍTICA

El sistema de cuotas de participación política es un mecanismo de la democracia que, en principio, alude al derecho que tienen hombres y mujeres de participar en igualdad de condiciones en la vida pública. La cuota de participación supone entonces un Derecho Político de mujeres y hombres, en condiciones de igualdad como lo establecen las constituciones políticas. La igualdad formal “de todas las personas ante la ley”, en la práctica no ha sido real ni efectiva. La Cuota Mínima de Participación de las Mujeres busca crear mejores “condiciones de igualdad y equidad entre mujeres y hombres” en el ámbito político. Este mecanismo se ha concebido como una “medida temporal y transitoria” para dar paso a la igualdad por resultado que, luego de lograrse, será desechado. A sí mismo, el establecer cuotas por sexo pretende ampliar el concepto de representación, permitiendo que la mitad de la población (las mujeres) sea proporcionalmente representada, logrando un mejor balance entre mujeres y hombres, y un mayor perfeccionamiento de la democracia política.¹³

D

DATOS DESAGREGADOS POR SEXO

Recogida y desglose de datos y de información estadística por sexo que hace posible un análisis comparativo, teniendo en cuenta las especificidades del “género”. Se entiende como la “descomposición” de los datos y la información estadística desglosándolos por sexo y grupo etario. Revela la condición de las mujeres como puede ser la falta de oportunidades en la toma de decisiones y en aspectos laborales.

DERECHOS DE LAS MUJERES

Conjunto de “intereses y necesidades” de la población femenina develados por el debate promovido desde la perspectiva de género y que, en el contexto de los Derechos Humanos, constituyen una ampliación de estos derechos de forma específica para la población femenina. Esto le da un carácter inclusivo al tema de los Derechos Humanos Universales, lo que debe entenderse como un avance sustantivo en dicha materia. ¹⁴

DERECHOS REPRODUCTIVOS

Se basan en el reconocimiento del derecho básico de todas las personas a decidir libre y responsablemente el número de hijos, el espaciamiento de los nacimientos y el momento de tenerlos, así como a disponer de la información y de los medios necesarios para ello, y el derecho a alcanzar el nivel más elevado de salud sexual y reproductiva. También incluye el derecho de todas las personas a adoptar decisiones en relación con la reproducción sin sufrir discriminación, coacciones ni violencia.

DERECHOS SEXUALES

Los Derechos Sexuales se fundamentan sobre los derechos humanos reconocidos por las legislaciones nacionales e internacionales, los documentos de Derechos Humanos y otros documentos de consenso. Incluyen el derecho de todas las personas a acceder, libres de coerción, discriminación o violencia, a los estándares más altos de servicios de salud disponibles con relación a la sexualidad, la educación sexual, el respeto a la integridad física, la elección de la pareja, la decisión de estar sexualmente activa, las relaciones sexuales de consenso, el matrimonio por consenso, decidir si se tendrán hijos y el momento de tenerlos, y el disfrute de una vida sexual satisfactoria, segura y placentera.

DIFERENCIAL RETRIBUTIVO ENTRE MUJERES Y HOMBRES

Diferencia salarial que existe entre hombres y mujeres como resultado de la segregación en el trabajo o de la discriminación directa.

DIMENSIÓN DE GÉNERO

En cualquier situación, aspecto relativo a las diferencias en las vidas del hombre y de la mujer debidas a los roles que tradicionalmente se les ha asignado.

DISCRIMINACIÓN INDIRECTA EN FUNCIÓN DEL SEXO

Refiere a una situación en la que una ley, un reglamento, una política o una práctica, aparentemente neutrales, tienen un impacto desproporcionadamente adverso sobre los miembros de uno u otro sexo, a menos que la diferencia de trato se pueda justificar por otros factores objetivos.

DISCRIMINACIÓN POSITIVA

El establecimiento de normas que buscan, intencionadamente, favorecer a un determinado sector que hasta el momento se consideraba minoritario, realizando una acción afirmativa de derechos de las minorías. Esta legislación de protección es un mecanismo que intenta revertir una discriminación existente en algún lugar o país, imponiendo limitaciones y reservando espacios de acción para personas o sectores que se han mantenido hasta entonces excluidos.

La acción afirmativa responde a una necesidad concreta, en determinado tiempo y lugar que es moralmente obligatoria y a la vez legal, y sirve como mecanismo para neutralizar los desequilibrios derivados del género, la etnia o las exclusiones socioeconómicas, entre otras causas de discriminación.

DIVISIÓN SEXUAL DEL TRABAJO

División del trabajo socialmente establecida con base en las diferencias sexuales. De este modo, se incluiría la noción acuñada de “división genérica del trabajo”, la cual “alude a la atribución diferencial que se hace convencionalmente de capacidades y destrezas de mujeres y hombres, y consecuentemente a la distribución de distintas tareas y responsabilidades en la vida social...”.

E

ECONOMÍA SUMERGIDA / TRABAJO SUMERGIDO

Actividades económicas no remuneradas realizadas para beneficio directo del hogar propio, de parientes o de amigos, con carácter de reciprocidad, incluido el trabajo doméstico diario y una gran variedad de actividades de auto-aprovisionamiento. Actividad profesional, única o secundaria, remunerada y no ocasional, pero no (o raramente) sometida a obligaciones estatutarias, reglamentarias o contractuales, con exclusión de las actividades sumergidas propias de la economía delictiva.

ENCUESTA SOBRE EL USO DEL TIEMPO

Medición del uso que las personas hacen del tiempo, especialmente en relación con el trabajo remunerado y no remunerado, las actividades mercantiles y no mercantiles, el tiempo dedicado al ocio y a sí mismas.

EQUIDAD

Pretende el acceso de las personas a la igualdad de oportunidades y al desarrollo de la capacidad básica; esto significa que se deben eliminar las barreras que obstaculizan las oportunidades económicas y políticas, así como el acceso a la educación y los servicios básicos.

EQUIDAD DE GÉNERO

Se refiere a la justicia en el tratamiento de hombres y mujeres, según sus necesidades respectivas. A partir de este concepto se pueden incluir tratamientos iguales o diferentes aunque considerados equivalentes en términos de derechos, beneficios, obligaciones y oportunidades. En el contexto del trabajo de desarrollo, una meta de equidad de género suele incluir medidas diseñadas para compensar las desventajas históricas y sociales de las mujeres.

ESTEREOTIPO

Estereo (molde en latín) – Plancha de acero o plomo que imprime caracteres repetidamente sin ninguna modificación. Los estereotipos son imágenes o ideas simplificadas y deformadas de la realidad, aceptadas comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable, que se vuelven verdades indiscutibles a fuerza de repetirse. ¹⁵

F

FEMINIZACIÓN DE LA POBREZA

Tendencia al aumento de la incidencia y prevalencia de la pobreza entre las mujeres.

FEMICIDIO

Se entenderá por femicidio el asesinato de mujeres por razones asociadas con su género. El femicidio es la forma más extrema de la violencia basada en la desigualdad de género, entendida ésta como la violencia ejercida por los hombres contra las mujeres en su deseo de obtener poder, dominación o control. Incluye los asesinatos producidos por la violencia intrafamiliar y la violencia sexual. El femicidio puede tomar dos formas: femicidio íntimo o femicidio no íntimo.

FEMICIDIO ÍNTIMO:

Son aquellos asesinatos cometidos por hombres con quien la víctima tenía o tuvo una relación íntima, familiar, de convivencia o afín a éstas.

FEMICIDIO NO ÍNTIMO:

Son aquellos asesinatos cometidos por hombres con quienes la víctima no tenía relaciones íntimas, familiares, de convivencia, o afines a éstas. Frecuentemente, el femicidio no íntimo involucra el ataque sexual de la víctima.

Además, existe una tercera categoría para clasificar las muertes por femicidio: los femicidios por conexión. Con esta categoría se hace referencia a las mujeres que fueron asesinadas “en la línea de fuego” de un hombre tratando de matar a una mujer. Este es el caso de mujeres parientes, niñas u otras mujeres que trataron de intervenir o que simplemente fueron atrapadas en la acción del femicida.¹⁶

FEMINICIDIO: En castellano femicidio es una voz homóloga a homicidio y sólo significa asesinato de mujeres. Por eso, para diferenciarlo, se eligió la voz feminicidio y denominar así al conjunto de hechos de lesa humanidad que contienen los crímenes y las desapariciones de mujeres.¹⁷

G

GÉNERO

Gama de roles, relaciones, características de la personalidad, actitudes, comportamientos, valores, poder relativo e influencia, socialmente construidos, que la sociedad asigna a ambos sexos de manera diferenciada. Mientras el sexo biológico está determinado por características genéticas y anatómicas, el género es una identidad adquirida y aprendida que varía ampliamente intra e interculturalmente. El género es relacional, es decir, no se refiere exclusivamente a las mujeres o a los hombres, sino a las relaciones que se construyen entre ambos.

I

IGUALDAD DE GÉNERO

La igualdad de género parte del postulado que todos los seres humanos, tanto hombres como mujeres, tienen la libertad para desarrollar sus habilidades personales y para hacer elecciones sin estar limitados por estereotipos, roles de género rígidos o prejuicios. La igualdad de género implica que se han considerado los comportamientos, aspiraciones y necesidades específicas de las mujeres y de los hombres y que éstas han sido valoradas y favorecidas de la misma manera. No significa que hombres y mujeres tengan que convertirse en lo mismo, sino que sus derechos, responsabilidades y oportunidades no dependerán del hecho de haber nacido hombre o mujer.

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Es la situación en la que las mujeres y los hombres tienen iguales oportunidades para realizarse intelectual, física y emocionalmente; pudiendo alcanzar las metas que establecen para su vida y desarrollando sus capacidades potenciales sin distinción de género, clase, sexo, edad, religión y etnia.

IGUALDAD DE TRATO EN EL TRABAJO

Presupone el derecho a las mismas condiciones sociales de seguridad, remuneraciones y condiciones de trabajo, tanto para mujeres como para hombres.

INTERESES ESTRATÉGICOS DE GÉNERO

Las demandas de género se asocian con el aumento de control sobre los beneficios, los recursos y oportunidades por parte de las mujeres para que mejoren su posición. Se trata de necesidades que apuntan hacia cambios sustanciales en áreas estratégicas como son: las leyes, la educación libre de sexismo, modelos de desarrollo participativos, ciudadanía plena para las mujeres y una vida sin violencia. Por lo tanto, se trata de demandas que se pueden cambiar.

INVISIBILIZACIÓN DEL TRABAJO DE LA MUJER

Desvalorización que hace la sociedad de las actividades realizadas por las mujeres, considerándolas como naturales. Un ejemplo claro: el concepto que la sociedad tiene de todo el trabajo doméstico y de cuidado de las personas que realizan mayoritariamente las mujeres.

N

NECESIDADES PRÁCTICAS DE GÉNERO

Son las que derivan de las actividades o roles que desempeñan hombres y mujeres, y que se orientan a facilitar el cumplimiento de ese rol. Por eso suele percibirse a las mujeres como madres, amas de casa y proveedoras de las necesidades básicas de la familia; donde surgen necesidades que se perciben de forma inmediata y que tienen que ver con la sobrevivencia y deficiencias en las condiciones de trabajo que se traducen en necesidades como: falta de alimentos, de agua potable, de vivienda, de energía eléctrica, de instalaciones sanitarias, de empleo, de ingresos.

P

PARTICIPACIÓN EQUILIBRADA DE MUJERES Y HOMBRES

Reparto de las posiciones de poder y de toma de decisiones (entre el 40% y el 60% por sexo) entre mujeres y hombres en todas las esferas de la vida, que constituye una condición importante para la igualdad entre hombres y mujeres.

PERMISO PARENTAL

Derecho individual -y, en principio, no transferible- de todos los trabajadores, hombres y mujeres, a ausentarse del trabajo por motivo de nacimiento o adopción de un hijo o una hija.

PERSPECTIVA DE GÉNERO

Implica enfocar primero el análisis de las relaciones de poder entre los géneros y luego tomar acciones para el desarrollo basadas en este enfoque. La perspectiva de género es una forma de ver y entender el mundo tomando en cuenta las desigualdades de poder existentes entre los géneros.

POSICIÓN

Hace referencia al nivel social y económico que tienen las mujeres en relación con los hombres (diferencias salariales, oportunidades de empleos, representación en los órganos de decisión, vulnerabilidad a la violencia, etc.). Cualquier cambio en la posición de las mujeres con respecto a la de los hombres, cuestiona las estructuras de poder existentes.

R

ROLES ESTABLECIDOS EN FUNCIÓN DEL SEXO

Pautas de acción y comportamiento asignadas a hombres y a mujeres, respectivamente, e inculcadas y perpetuadas según lo descrito en "contrato basado en las diferencias de género".

T

TECHO DE CRISTAL

Barrera invisible resultante de un complejo entramado de estructuras en organizaciones dominadas por hombres que impide que las mujeres accedan a puestos importantes y de toma de decisiones.

TRABAJO PRODUCTIVO

Incluye la producción de bienes y servicios para el consumo o venta. Este tipo de trabajo usualmente se refiere al trabajo que genera ingresos y es el que se ha contabilizado en los censos y estadísticas nacionales.

TRABAJO REPRODUCTIVO

Incluye el cuidado y mantenimiento de la unidad doméstica y de sus miembros, así como la gestación y el cuidado de la infancia, la preparación de alimentos, la recolección de agua, las compras de provisiones, los quehaceres domésticos y la atención de la salud familiar. Este tipo de trabajo no es considerado como tal en la sociedad y no se le ha dado valor de cambio.

TRABAJO COMUNITARIO

Incluye la organización colectiva de eventos sociales y de servicios. Este tipo de trabajo no está considerado en los análisis económicos aún cuando se invierten muchas horas de trabajo voluntario.

TRABAJO NO REMUNERADO

Trabajo que no conlleva remuneración directa u otra forma de pago.

V

VIOLENCIA DOMÉSTICA E INTRAFAMILIAR

Toda forma de violencia física, sexual o psicológica que pone en peligro la seguridad o el bienestar de un miembro, masculino o femenino, de la familia; recurriendo a la fuerza física o al chantaje emocional, incluida la violencia sexual, en la familia o el hogar. En este concepto se incluyen el maltrato infantil, el incesto, el maltrato de mujeres y los abusos sexuales, o de otro tipo, contra cualquier persona que conviva bajo el mismo techo.

VIOLENCIA DE GÉNERO.

La violencia de género son todas aquellas situaciones de violencia que afectan a las personas por razón de género. Este tipo de violencia se basa en las relaciones desiguales de poder entre hombres y mujeres, que colocan en situación de desventaja a las segundas lo cual determina que una significativa mayoría de las víctimas sean mujeres. Esto explica que muchas personas utilicen el término violencia de género como un sinónimo de violencia contra las mujeres. También encontramos violencia de género ejercida contra hombres, como la que afecta a hombres homosexuales o el abuso infantil hacia hombres menores, por ejemplo.

VIOLENCIA EN CONTRA DE LA MUJER

Se entiende como cualquier acción o conducta contra personas del sexo femenino que tenga, o pueda tener, como resultado el daño o el sufrimiento físico, sexual, psicológico o muerte de la mujer, así como también las amenazas, la coacción o la privación de libertad, ya sea en la vida pública o privada. Se reconoce que es una ofensa a la dignidad humana y una manifestación de la relaciones de poder históricamente desigual entre hombres y mujeres.

De acuerdo con el Comité para la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer, (CEDAW), la discriminación y la violencia contra las mujeres son dos caras de la misma moneda cuando, en su Recomendación General 19, establece que la violencia contra las mujeres es una forma de discriminación que impide el goce de derechos y libertades en condiciones de igualdad con el hombre. Esto requiere que los Estados partes asuman sus deberes, dentro de los cuales destaca el fomento de la educación social en la igualdad entre hombres y mujeres. De la misma forma se requiere que los Estados partes presenten informes periódicos acerca de los avances de las medidas adoptadas para erradicar y sancionar la violencia contra las mujeres, para que posteriormente sean evaluados por la Comisión Interamericana de Mujeres.

8.3

ANEXO 3-BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA REVISADA Y COMPLEMENTARIA.

BIBLIOGRAFÍA:

ALBERDI, Inés – MATAS, Natalia (2002): La Violencia Doméstica. Informe sobre los Malos Tratos a Mujeres en España- España.

ALTÉS RUFÍAS, Elvira et alt. (2004): “El estereotipo” en Manual de Información de Género: 37-52.

AMECOPRESS (2010): Violencia de Género: De la imagen al cuerpo. Los medios de masas potencian la violencia simbólica hacia las mujeres- (En línea): **http://www.amecopress.net/spip.php?article5570&var_recherche=Los%20medios%20de%20masas%20potencian%20la%20violencia%20simb%C3%B3lica%20hacia%20las%20mujeres**

ÁREA DE JUVENTUD. EDUCACIÓN Y MUJER DEL CABILDO INSULAR DE TENERIFE (2005): Lenguaje no sexista en medios de comunicación y publicidad. (En línea): **<http://www.tenerifevioleta.es/upload/2007112283241.pdf>**

ASOCIACIÓN CIVIL ARTEMISA COMUNICACIÓN (2009): La mujer mediatizada- Video- (En línea): **http://www.artemisanoicias.com.ar/site/mujer_mediatizada.asp**

BOURDIEU, Pierre (2000): La dominación masculina, Barcelona –Anagrama.

CHAHER, Sandra et alt. (2007): Las palabras tienen sexo- Introducción a un Periodismo con Perspectiva de Género- Argentina- Artemisa.

CHAHER, Sandra et alt. (2010): Las palabras tienen sexo II- Herramientas para un Periodismo de Género- Argentina- Artemisa.

CIMAC (2009): Discriminan a las mujeres en medios de comunicación en América Latina- (En línea): **<http://www.cimacnoticias.com/site/09032506-Discriminan-a-las-m.37101.0.html>**

CONFERENCIA MUNDIAL SOBRE LA MUJER (1995)- Beijing- (En línea): <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/Beijing%20full%20report%20S.pdf>

CASTRO VÁZQUEZ, Olga (2009): Rebatiendo lo que otros dicen del lenguaje no sexista (En Línea): <http://www.nodo50.org/mujeresred/spip.php?article1734>

FEDERACIÓN DE PERIODISTAS DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (2010): América Latina, en el 2010, la región más peligrosa para el ejercicio periodístico- (En línea): http://www.fepalc.org/noticias_det.php?Itemid=986

FEDERACIÓN INTERNACIONAL DE PERIODISTAS (2009): Instalar el Equilibrio- Igualdad de Género en el Periodismo- (En línea): <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001807/180740s.pdf>

FERNÁNDEZ, Susana (2010): 10 respuestas sobre la trata de personas y la explotación sexual- en lainformación.com (En línea): <http://blogs.lainformacion.com/laregladewilliam/2010/09/22/10-respuestas-sobre-la-trata-de-personas-y-la-explotacion-sexual/>

FORO ECONÓMICO MUNDIAL (2010): Índice de Diferencias de Sexo- Estados Unidos.

FURHAM, Adrián y SKAE, EMMA (1997): Changes in the Stereotypical of Men and Women in British Television Advertisements- European Psychologist.

GALLEGO AYALA, Juana et alt. (2007): “De reinas a ciudadanas (o la imposibilidad de dejar colgado el género en la puerta de la redacción)” en Buenas prácticas periodísticas desde la perspectiva de género 13 —33- España- Ameco.

INSTITUTO DE LA MUJER DE ESPAÑA (1995): Nombrar- La representación del femenino y el masculino en el lenguaje. (En línea): http://www.inmujer.migualdad.es/mujer/publicaciones/catalogo/serie_lenguaje.htm

KANE, June (2010): “La lucha contra la trata de personas” en Centro Internacional de Formación de la Organización Internacional del Trabajo. (En Línea): <http://www.itoilo.org/es/community/news/la-lucha-contra-la-trata-de-personas/>

LAGUNAS, Lucia et alt. (2009): Hacia la Construcción de un Periodismo No Sexista- México- CIMAC/ UNESCO.

LOPEZ DIEZ, Pilar (2005): "Los Medios de Comunicación y la Publicidad como pilares fundamentales para lograr el respeto a los Derechos Humanos de las Mujeres" en Estudios multidisciplinares de género. Centro de Estudios de la Mujer- Universidad de Salamanca- España.

LOPEZ DIEZ, Pilar et alt. (2004): Manual de Información de Género- RTVE/ Secretaría General de Políticas de Igualdad- Instituto de la Mujer- España.

LOPEZ DIEZ, Pilar (2006): Programa de formación para personal de medios de comunicación, agencias, servicios de prensa y publicidad- (En línea): **http://www.pilarlopezdiez.eu/for_proye_cur.htm**

LÓPEZ REILLY, Andrés (2010): "Intendencias deberán utilizar un nuevo lenguaje para ellas y ellos" en Diario El País- Uruguay.
(En línea): **<http://www2.elpais.com.uy/100713/pciuda-501507/ciudades/Intendencias-deberan-utilizar-un-nuevo-lenguaje-para-ellas-y-ellos>**

LORENTE, Miguel (2006): Masculinidad y Violencia: implicaciones y explicaciones- San Sebastián- España (En línea): **http://www.berdingune.euskadi.net/u89-congizon/es/contenidos/informacion/material/es_gizonduz/adjuntos/masculinidad_y_violencia_implicaciones_y_explicaciones.pdf**

LORENTE, Rosalina (2001): Mujeres periodistas en la era de las nuevas tecnologías de la información- España- Ameco.

MEANA, Teresa (2008): "Sexismo en el lenguaje: apuntes básicos" en Educar en Igualdad- España.

MENÉNDEZ MENÉNDEZ, Isabel et alt. (2007): Buenas Prácticas Periodísticas desde la Perspectiva de Género- España- AMECO.

MOLINA, Silvina (2009): Noticias que salvan vidas- Manual periodístico para el abordaje de la violencia contra las mujeres- Argentina- Amnistía Internacional.

MOLINER, María (2007): Diccionario de uso del español.

NEUMAYER, Eric et alt. (2006): The Gendered Nature of Natural Disasters: the impact of catastrophic events on the gender gap in life expectancy, 1981-2002. Gran Bretaña: London School of Economics and Political Science.

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL PARA LAS MIGRACIONES- (2009): Trata de seres humanos- Información para los medios. Argentina.

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO- La lucha contra la trata de personas (En Línea): <http://www.ilo.org/es/community/news/la-lucha-contra-la-trata-de-personas/>

OIT -Organización Internacional del Trabajo- y PNUD - Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo- (2009): Trabajo y Familia: Hacia Nuevas Formas de Conciliación con Corresponsabilidad Social-Chile. (En línea: http://igenero.oit.org.pe/index.php?option=com_content&task=view&id=174&Itemid=113)

PAR (Periodistas de Argentina en Red por una comunicación no sexista) (2010): Decálogo para el tratamiento periodístico de la violencia contra las mujeres- Argentina- Católicas por el Derecho a Decidir/UNIFEM.

RAMOS, Patricia (2009): Entre la invisibilidad, el escándalo y la rutina: medios y familia en la migración internacional -Ecuador- Flacso.

RODRIGUEZ CALDERÓN, Mirta (2006): Comunicación para la equidad de género: el poder de la palabra-Revista Futuros N° 14- Vol. IV.

ROVETTO, Florencia (2010): La representación del trabajo de las mujeres en la prensa: Análisis comparativo y cualitativo de la información de actualidad- Tesis Doctoral-España- Universidad Autónoma de Barcelona.

SERRANO, Martín et al. (1995): Mujeres y publicidad: nosotras y vosotros según nos ve la televisión-España- Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Instituto de la Mujer.

UNIÓN INTERNACIONAL PARA LA CONSERVACIÓN DE LA NATURALEZA (2004): ¡Todo cuenta! El valor de las iniciativas de conservación con enfoque de género en Latinoamérica-Costa Rica. (En línea) <http://www.generoyambiente.org/arcangel2/documentos/136.pdf>

VALCÁRCEL, Amelia et al. (2010): "Opinión pública, medios de comunicación e imagen. La ley del agrado" en ¿Cómo salir de la crisis?- El papel de las mujeres- V Encuentro de Mujeres Líderes Iberoamericanas- España- Fundación Carolina.

VARELA, Nuria (2005)- Feminismo para principiantes-España- Ediciones B.

UNESCO (2009): Las Mujeres hacen las Noticias (En línea):

<http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/crosscutting-priorities/gender/women-make-the-news/>

UNFPA (2001): La mujer y el medio ambiente en Estado de la Población Mundial- (En línea): **<http://www.unfpa.org/swp/2001/espanol/ch04.html>**

UNFPA (2010)- Informe de la población mundial 2010- (En línea): **http://www.unfpa.org/swp/2010/web/es/pdf/ES_SOWP10.pdf**

WACC (2010): Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP)- (En línea): **www.whomakesthenews.org**

WEBGRAFÍA

Banco de Datos de Femicidios – América Latina y El Caribe

<http://www.feminicidio.cl/map/map1.php?id=3>

Banco Mundial/Género

www.worldbank.org/lacgender

Banco Interamericano de Desarrollo -Latin Macro Watch

<http://www.iadb.org/research/LatinMacroWatch/CountryTable.cfm?lang=en>

Centro Flora Tristán- Perú

www.flora.org.pe

Colectivo FemTV-Perú

www.colectivofemtv.org

Comité de América Latina y El Caribe por la defensa de los Derechos de la Mujer CLADEM

www.cladem.org

Comunicación y Pobreza-Chile

www.comunicacionypobreza.cl

Federación Internacional de Periodistas

<http://www.ifj.org/es>

Fundación Español Urgente
<http://www.fundeu.es/>

Fundación Esperanza- Colombia
www.fundacionesperanza.org.co

International News Safety Institute
www.newssafety.org

Observatorio de Género y Pobreza
www.generoypobreza.org.ar

Organización Panamericana de la Salud. GenSalud
www.paho.org/spanish/hdp/hdw/gensalud.htm

Periodismo Social- Argentina
www.periodismosocial.net

RECURSOS EN INTERNET SOBRE LENGUAJE NO SEXISTA:

Guía rápida para un lenguaje no sexista.

Propone, a quienes tienen un blog o un sitio web, sumarse a la campaña para un lenguaje no sexista, asumiendo los principios y recomendaciones de la Guía Rápida para un lenguaje no sexista al redactar los textos y contenidos, y añadir el logo de la campaña con el enlace a la página:

<http://sin-sexismos.blogresponsable.com/>

La web que T- Incluye.

Herramienta para redactar los contenidos de tu web con un lenguaje inclusivo. El proyecto “Web con Género” tiene como finalidad lograr una web inclusiva en lo que al lenguaje se refiere. Para lograr este objetivo se han articulado diferentes estrategias: poner a disposición una herramienta informática, formar a responsables de contenidos, realizar múltiples actuaciones de sensibilización y difusión. <http://www.tincluye.org/>

Nombra en Red.

El Instituto de la Mujer de España ofrece acceso gratuito en su web al programa “Nombra en Red” que se instala en la computadora como cualquier diccionario electrónico y que permite consultar las dudas para evitar utilizar lenguaje sexista en los textos.

Themis - Lenguaje no sexista.

La herramienta Themis, una propuesta de The REUSE Company (<http://www.themis.es>). Nace con el objetivo en mente de erradicar terminología y lenguaje de índole sexista de toda la documentación generada por cualquier organización. Localizando documentos y páginas web sexistas y marcando en estos documentos qué términos deberían ser revisados y cuáles son los candidatos para un posible cambio orientado a evitar problemas de género en el documento. info@themis.es

8.4

ANEXO 4- METODOLOGÍA DE VALIDACIÓN.

Para la elaboración de este Manual realizamos un proceso de validación online con un grupo de 7 profesionales de la región con diferentes perfiles.

La metodología de validación consistió en la revisión del documento a través de cinco modelos de cuestionarios (aplicados según los diferentes perfiles) que permitieron un análisis en general, y en particular, de cada capítulo del Manual.

Los diferentes modelos de cuestionario trataban de:

- 1.- Identificar si los contenidos del Manual son adecuados, entendibles y atractivos para una persona que es responsable de definir la agenda de un medio, de determinar qué se publica o emite y qué no; de apuntalar en los enfoques de las noticias. Y conocer si es una herramienta útil para realizar capacitaciones hacia el interior de los medios.
- 2.- Recoger los aportes de periodistas en actividad, y sin experiencia en género, para conocer si en la práctica diaria de los medios es factible utilizar la propuesta que se hace en el Manual. Las y los profesionales colaboraron en detectar si la estructura y contenidos del Manual son cercanos a la experiencia diaria del periodismo, y por lo tanto de aplicación real.
- 3.- Recoger la experiencia para trasladar la visión de género a la rutina diaria de los medios.

4.- Recabar información y recomendaciones en torno a la propuesta comunicativa del Manual, la estructura, la redacción, y en determinar si los ejemplos y ejercicios propuestos son apropiados.

5.- Determinar si el Manual tiene un correcto enfoque de género en los contenidos, y que los conceptos estén explicados de manera clara.

Los cuestionarios se entregaron vía mail a cada uno de los perfiles seleccionados y se abrieron vías de comunicación para consultas telefónicas durante el proceso que duró entre 10 y 15 días. La revisión realizada por el equipo de validación incluye aportaciones de las y los profesionales implicados en el proceso, tanto en el contenido como el estilo, lenguaje, ejercicios y estructura del Manual.

La revisión realizada por el equipo de validación incluye aportaciones de las y los profesionales implicados en el proceso tanto en el contenido como el estilo, lenguaje, ejercicios y estructura del borrador del Manual.

Perfiles del equipo de validación:

Luz María Helguero - 'El Tiempo', de Piura- Perú. Editora.

Andrés D'Alessandro - Periodista en distintos medios y Director Ejecutivo del Foro de Periodismo Argentino (FOPEA). Periodista en ejercicio. No está familiarizado con el tema de género.

Susana Scandali - Secretaria de Redacción del diario La Capital de Mar del Plata- Argentina, y docente de periodismo radial. Periodista en ejercicio. No familiarizada con el tema de género.

Liliana Hendel - Psicóloga y periodista especializada en género- Capacitadora y columnista del noticiero televisivo Telefé Noticias. Persona con trayectoria en el ámbito del periodismo con visión de género.

Neus Bernabeu - Asesora en Género de RSCLAC PNUD. Coordinadora del proyecto América Latina Genera. Especialista en Género y Comunicadora.

Pablo Basz - Especialista en comunicación del centro regional del PNUD de Panamá.: Especialista en Comunicación.

Victoria Uranga - Integrante de APC PARM. Especialista en Género, comunicación y procesos de formación.

El Área Práctica de Género de RSCLAC PNUD y América Latina Genera reconocen y agradecen el trabajo hecho de manera voluntaria por las y los profesionales que participaron en este importante proceso.

Créditos:

Co- autoría: Lyvia Porras y Silvina Molina.

Edición y Corrección de Estilo: Iván Larreynaga.

Diseño Gráfico: Jhoram Moya y Lara Fuica

Área Práctica de Género RSCLAC PNUD.

Participaron en el proceso de validación, revisando y comentando este documento:

Luz María Helguero- Andrés D'Alessandro- Susana Scandali-
Liliana Hendel- Victoria Uranga- Neus Bernabeu- Pablo Basz.

La impresión de este documento ha sido posible gracias al apoyo del Fondo Fiduciario España-PNUD "Hacia un Desarrollo Integrado e Inclusivo en América Latina y el Caribe".

Editorial: RSCLAC PNUD Área Práctica de Género.