

¿Cómo incluir la perspectiva de género en los observatorios de medios?¹

Norma Constanza Castillo Murillejo²

Oscar Durán Ibatá³

Observar es un ejercicio evaluativo, toma tiempo y requiere de preparación. Es un proceso que adelantan las y los investigadores de los observatorios de medios cuando se proponen explicar un “hecho, una conducta, un comportamiento colectivo”⁴. Para dar respuesta a la inquietud que origina este escrito ¿cómo incluir la perspectiva de género en los observatorios de medios?, es conveniente desarrollar una cascada de preguntas y respuestas: ¿qué es un observatorio de medios?, ¿qué es lo que observan los observatorios de medios en Latinoamérica?, ¿qué es la perspectiva de género?, ¿cómo se están observando las mujeres en Colombia?, ¿por qué es importante observar a las mujeres? y ¿cómo observar a las mujeres desde otros enfoques: qué está pasando, qué debería pasar, cómo hacer que pase?

¹ Documento preparado en el marco del proyecto "Basta de violencia: derechos de las mujeres y seguridad en línea", coordinado en Colombia por Colnodo como parte del proyecto global llevado a cabo por la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (APC) con el apoyo del Fondo para el Liderazgo y las Oportunidades para las Mujeres (FLOW) del Ministerio Holandés de Relaciones Exteriores (DGIS).

² Docente investigadora de la Universidad Jorge Tadeo Lozano y Los Libertadores de Bogotá, con enfoque diferencial en género y mujer y trata de personas. Integrante del Colectivo ciudadano y la Red Académica Latinoamericana sobre Trata de personas. Comunicadora social-periodista de la Universidad Externado de Colombia, magister en historia por la Universidad Nacional de Colombia. Autora del artículo científico titulado: ¿Por qué razones distintas a la filiación política nos matábamos los colombianos en los años 50?

³ Comunicador social y periodista de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Magíster en Educación de la universidad del Norte y candidato a Magíster en Periodismo de la universidad de los Andes. Gestor de procesos para el cambio social. Investigador, realizador de televisión, documentalista, guionista, crítico de cine y televisión, y docente investigador de la universidad Jorge Tadeo Lozano de Bogotá.

⁴ <http://es.wikipedia.org/wiki/Observaci%C3%B3n>

¿Qué es un observatorio de medios? De acuerdo con Susana Herrera⁵, un observatorio de medios, es una iniciativa de la sociedad civil (que deciden hacer algo frente a los abusos, excesos e injusticias cometidos por la prensa y sus periodistas), de un grupo de periodistas (que desde el cansancio que generan las contradicciones entre el deber ser y lo que es, sugieren nuevas prácticas), de la académica (recordar cuál debe ser la función de los medios en las actuales sociedades y subrayan también la necesidad de que la actividad de los periodistas esté presidida por una serie de parámetros éticos y estándares de calidad) que se dedican al estudio del comportamiento de los medios de comunicación frente a un asunto de interés público como los derechos humanos, los derechos de las mujeres, la violencia, y de aquellos temas que le competen a los medios como la calidad informativa, el acceso a la información, el tratamiento adecuado del lenguaje, el uso de lenguaje inclusivo y no sexista, en otros de igual importancia como los derechos de la infancia y de los jóvenes, el papel de los medios en la representación de conflictos internos, la relación entre información y elecciones, los derechos humanos, la intimidad, la figuración de la alteridad, la tercera edad.

¿Qué es lo que observan los observatorios de medios en Latinoamérica?⁶. Siguiendo a esta misma investigadora, los observatorios de medios están interesados “en teoría”, en reconocer la importancia de la comunicación para los medios y la democracia, expresar la insatisfacción respecto de la dependencia económica e ideológica de los medios de comunicación, reivindicar otra forma de entender la práctica periodística y otro público consumidor de medios que consiga ser más crítico activo y participativo, realizar un ejercicio constante, regular y sistemático de monitoreo que trascienda lo episódico, lo anecdótico y circunstancial, que haga parte del quehacer de los observatorios como una vocación profesional que se mantenga en el tiempo. En denunciar con la intensidad

⁵ Herrera Susana (2006). Los observatorios de medios en Latinoamérica: elementos comunes y rasgos diferenciales. En Razón y Palabra. Número 51. <http://razonypalabra.org.mx/>

⁶ Diagnostico

de transformar algo con lo que no se está conforme y pasar a la acción a partir de la ampliación de su público y el empleo de las nuevas tecnologías que ofrecen bajo costo, accesibilidad, rapidez, facilidad de manejo y alto grado de penetración en la sociedad. En pocas palabras: miden, identifican las causas y generalizan resultados; describen, comprenden e interpretan.

Decimos que “en teoría” porque los observatorios de medios académicos conseguimos realizar monitoreos coyunturales (semestrales o anuales) pero debemos avanzar en la denuncia, la expresión de la insatisfacción y el reconocimiento de la importancia de los medios de comunicación para la democracia. Un primer escalón para ascender hacia la transformación de lo no deseado es el cambio del enfoque desde el que abordamos las problemáticas sociales y especialmente los asuntos relacionados con las mujeres: menos positivista, más hermenéutico (histórico- interpretativo) y por supuesto, más crítico.

¿Qué es la perspectiva de género? La perspectiva de género puede entenderse, según Estella Serret, como un “punto de vista (un enfoque) a partir del cual se visualizan distintos fenómenos de la realidad (científica, académica, social, política) que tiene en cuenta las implicaciones y efectos de las relaciones sociales de poder entre los géneros masculino y femenino, en un nivel y hombres y mujeres en otro⁷”. Porque como dice Joan Scott, “género es sinónimo de mujeres...su uso explícito rechaza las explicaciones biológicas para denotar las "construcciones culturales", es decir, la designación social de los roles apropiados para mujeres y hombres... el género es una categoría de análisis que nace con la búsqueda de la legitimidad académica por parte de las estudiosas feministas en la década de los ochenta⁸”.

⁷ Serret Bravo Estela. (2008). Qué es y para que es la perspectiva de género. Instituto de la mujer Oaxaqueña. Depar Scott Joan (2009). Género: una categoría útil para el análisis histórico. Departamento de Sociología. Universidad Autónoma e México.

⁸ Scott Joan (2009). Género: una categoría útil para el análisis histórico.

¿Cómo se están observando las mujeres en Colombia?⁹ Si bien es cierto que desde la academia se está observando desde la perspectiva de género, hace falta observarlas desde el enfoque diferencial de derechos¹⁰ y de integralidad¹¹. En el año 2011 la Asociación de Universidades de Colombia, ASCUN y la ya desaparecida Comisión Nacional de Televisión, realizaron un proyecto de investigación sobre los estereotipos de la mujer y los contenidos de la televisión en Colombia. Para ello, invitaron a los observatorios de las universidades Nacional de Bogotá, Autónoma de Bucaramanga y del Norte de Barranquilla, para que determinaran en qué medida y contexto, los contenidos de la televisión contribuyen a crear y reforzar estereotipos frente al rol y el papel de la mujer en la vida familiar, laboral y social. Las categorías utilizadas para la investigación fueron:

- a) Familia, hogar y vida doméstica;
- b) Desarrollo intelectual y profesional de la mujer;
- c) Empoderamiento y participación política de la mujer;
- d) El lugar de la mujer en el escenario laboral y productivo;
- e) Las vías y las estrategias para el logro del éxito y el acceso personal, profesional de las mujeres.

El observatorio de la Universidad Nacional, desarrolló la investigación “Imaginarlos de la representación mediática de la mujer colombiana. Una mirada desde la feminización de la pobreza”, en su informe final concluyó que:

⁹ Estudio

¹⁰ Etario, étnico, rural y las afectaciones vinculadas a efectos del conflicto armado, orientación sexual e identidad cultural, entre otras.

¹¹ Busca una respuesta a la problemática de la violencia que parta de reconocer la complejidad de ésta, como problema social multicausal, y que por ende requiere una intervención pública desde diversos sectores que actúen coordinadamente para enfrentarla.

-Uno de los hallazgos más significativos en la investigación sobre la noción de estereotipos en la actualidad, es la evidencia de que los mismos, en el caso de las mujeres, han evolucionado hacia lo positivo y que, paradójicamente, a pesar de lo anterior las mujeres continúan enfrentándose a la discriminación.

-Las observaciones de la franja prime time en su conjunto y en especial, de las series de ficción que conforman el corpus principal del ejercicio, evidencian que a pesar de que se mantiene el estereotipo de género tradicional- como rasgo definitorio de los personajes femeninos: y/o en relación, la mujer como emocional, dependiente, circunscrita al ámbito de lo privado; es posible también encontrar en los contenidos televisivos mujeres independientes y autónomas, proyectadas hacia lo público, capaces de utilizar estrategias de poder fuertes, llegando incluso, a recurrir a medios violentos.

El observatorio de la Universidad del Norte, realizó la investigación “Los estereotipos de la mujer y los contenidos de la televisión”. El informe concluye que:

-Los hallazgos del estudio evidencian que tanto en los canales nacionales como en los regionales, las historias se narran preferentemente desde la óptica masculina. De cada 5 programas, 4 los dirigen hombres en el contexto regional y casi exclusivamente hombres en el contexto nacional. Así mismo, de cada 4 libretistas, 3 son hombres. Es decir, los varones encuentran en la televisión tanto nacional como regional- el espacio para contar las historias desde su visión particular del mundo. La perspectiva masculina impera tanto en los contenidos como en quienes dirigen las historias.

-Pero el predominio de la representación masculina no sólo se da desde la dirección y los contenidos. Vemos una relación de casi 3 a 1 a favor del hombre con respecto a quién aparece como presentador en los diferentes programas, siendo similar la proporción en los canales regionales. La relación con respecto a quién aparece como presentador en las historias documentales, programas de variedades y periodísticos- es 2 a 1, siendo mayor la presencia de los hombres.

Tal cifra se acentúa en los canales regionales, en donde la relación es de 3 a 1 a favor de hombres.

Finalmente, el observatorio de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, en su observación denominada “Los estereotipos de la mujer y los contenidos de la televisión”, le permitió afirmar que:

-La mujer aún es vista con unos estereotipos bien marcados, entre ellos el de madre, o responsable de los niños y niñas, razón por la cual los únicos temas en los que son más tenidas en cuenta que los hombres, es en educación y salud. Esto también se refleja en las alabanzas que se la hacen a la mujer por su trabajo social, por su belleza y por su papel como madre.

-En temas políticos y económicos las mujeres aún no aparecen con tanta frecuencia como los hombres. Puede ser porque en la realidad las mujeres no son tan reconocidas en el ámbito político y económico, o por un sesgo periodístico frente a la preferencia de fuentes masculinas para hablar de temas macro.

-En el tema deportivo, se resalta la aparición de la mujer como reportera, pero no como fuente. Los deportes femeninos aún no aparecen con tanta frecuencia en los medios. Las organizaciones de mujeres es un tema que no existe en los medios de comunicación, es posible que esto obedezca, o bien a un desinterés del medio, o bien a una apatía de estas ONG's a utilizar medios nacionales.

-Mientras tanto, en los programas de género dramático en el prime time de la televisión colombiana, se encuentran en primer plano los personajes masculinos. En segundo plano se ven mujeres con unas características predeterminadas: delgadas, heterosexuales, solteras y de clase alta. Estas mujeres se convierten en el modelo a seguir para otras millones de familias, la mayoría de estratos 1, 2 y 3, que ven todas las noches estas producciones, en donde las ancianas y las niñas, y las que tienen distintas orientaciones sexuales a la heterosexual poco existen.

En la actualidad, afiliados a ASCUN, sólo existen cinco observatorios que cuentan con una línea de investigación relacionada con mujer y género. La universidad

Autónoma del Caribe en Barranquilla, tiene la línea: Género, niñez, infancia y criminalidad. Está también la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social, en Perú, con la línea Infancia, mujeres y medios. El Observatorio de Asuntos de Género, adscrita a la Presidencia de la República de Colombia, con su línea Equidad y Mujer. El Observatorio para las Mujeres, de la gobernación de Antioquia, con la línea Mujer y participación política. Finalmente, la universidad Autónoma de Bucaramanga, con la línea Estereotipos de la mujer y los contenidos de televisión.

El de la UJTL, incursiona, desde la línea de investigación de contenidos mediáticos con la investigación sobre avisos clasificados con contenido sexual, estereotipos de género y trata de personas. Los hallazgos permiten concluir que los estereotipos o “conjunto de características comunes y determinantes para un grupo social”¹², se originan en el cuerpo, entendido como el principal medio de comunicación de masas o más efectivo para llegar a la mayor cantidad de personas en el menor tiempo posible: la voluptuosidad, el cuerpo pornográfico, la sensualidad, lo lindo de su cuerpo, su cara de muñeca, su cabello rubio, lo linda, lo hermosa, lo atractiva, lo bellísima y lo ardiente¹³ o lo atractivo, lo varonil, lo exótico, lo dotado, lo versátil que puedan ser una mujer o un hombre, sencillamente funcionan, son “cualidades” para el negocio. En el contexto de la trata de personas, el cuerpo sigue siendo un bien, es decir, una cosa adquirida a través del dinero y la virginidad (nombrada como nuevo o nueva) un “valor” que sin lugar a dudas aumenta el precio de la mercancía y el “status” de la virilidad del consumidor”¹⁴.

¹² Marco López Paredes. La sociedad frente a los estereotipos” (2009). VII Bienal Iberoamericana de comunicación, Chiguagua México.

¹³ Claudia Barreto, Estefanía Zapata, Tatiana Moreno, Nahir Mur (2012). Análisis descriptivo de los estereotipos de mujer identificados en los avisos con contenido sexual publicados en El Heraldo, El Espacio, El Tiempo, Páginas WEB. En observatorio de comunicación UJTL.

¹⁴ Castillo M. Norma (2011). ¿Qué relación tienen la belleza, la juventud, la pureza y el status con la trata de personas? www.utadeo.edu.co/comunidades/observatorios/comunicacion/

Tomando como base los argumentos expuestos, podemos afirmar, sin temor a equivocarnos que los medios de comunicación observan a las mujeres como víctimas y victimarias, las representan desde estos estereotipos, las narran a través de las noticias y las convierten en íconos del deseo a través de los avisos clasificados con y sin contenido sexual, fragmentando sus identidades y limitando el ejercicio de sus derechos fundamentales. Las mujeres se sienten narradas desde la “revictimización”, “el amarillismo y la insensibilidad”¹⁵. De acuerdo con el informe presentado por el diario El Tiempo el pasado 25 de noviembre¹⁶, el 100% de las 158 mujeres de todas las regiones del país identificadas como víctimas de todo tipo de violencias que fueron entrevistadas sobre varios temas, entre ellos su percepción acerca de lo que publican los medios de comunicación, sienten (a pesar de que creen en el 81% de los casos que denunciar en los medios de comunicación motiva a que sus congéneres también lo hagan) que:

- Los medios de comunicación no saben manejar el tema de la violencia, en una proporción de 100% de las respuestas.
- Los medios de comunicación que más las vulneran cuando narran la violencia contra las mujeres (VCM) son la prensa (46%) y la televisión (45%), seguidos de la radio (4%), internet (4%) y las redes sociales (1%)

Y que aunque se ha avanzado en algunos temas, hace falta mayor compromiso de los medios para visibilizar la violencia contra las mujeres en una proporción del 98% al 2%, ya que si su caso se hubiera expuesto en un medio de comunicación quizá habría servido de algo, en por lo menos el 15% de las entrevistadas.

¿Por qué es importante observar a las mujeres a través de los “lentes de género”?

Además de lo dicho, resulta pertinente mencionar que:

¹⁵ <http://pinterest.com/pin/240801911297647480/>

¹⁶ A propósito de la conmemoración del Día internacional de la no violencia contra las mujeres.

- ✓ Al menos una de cada tres mujeres en el mundo ha padecido a lo largo de su vida un acto de violencia de género. Durante el 2010 se registraron 55 agresiones con ácido, en 2011, fueron 42 y en 2012, más de 20 casos. En el 2011, se practicaron 17.000 exámenes médico-legales por presuntos delitos sexuales contra las mujeres¹⁷.
- ✓ Las estadísticas del Centro de Atención a Víctimas de Violencia Intrafamiliar de la Fiscalía dan cuenta de que en entre enero y octubre de 2012 fueron denunciados 5.132 ataques contra ellas. En 4977 casos (96,9 %) es el hombre el agresor. Adicionalmente, según el informe, el hogar es el espacio donde más se cometen ataques violentos contra las mujeres, con 4419 casos reportados (86,1 %)¹⁸.
- ✓ Según datos del Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses, en 2011, las violencias que suelen ocurrir al interior de las familias (violencia sexual, patrimonial, física, económica, psicológica) tuvieron como principales víctimas a las mujeres. En este mismo año, el 88.5% fueron violentadas por sus compañeros, por sus esposos o por sus excompañeros sentimentales y estas agresiones ocurrieron en su mayoría en las casas de las mujeres¹⁹.
- ✓ Culturalmente hablando “estamos hechas para ser vulnerables a múltiples violencias”²⁰, hombres y mujeres debemos ser conscientes de ello para

¹⁷ Datos recuperados por Diana Cristina Caicedo Naranjo. Abogada egresada de la Universidad Externado de Colombia, con estudios en Derecho Público y Gerencia Social; defensora de derechos humanos, consultora en materia de Justicia de Género en entidades públicas y privadas, organizaciones de mujeres y de cooperación internacional. Pionera en la Implementación del Programa Justicia de Género en el Distrito Capital de Bogotá. Actualmente Representante Legal de la Corporación Gea Jurisgeneristas. Integrante del Colectivo ciudadano.

¹⁸ <http://m.vanguardia.com/actualidad/colombia/184803-colombianos-marcharon-en-el-dia-de-la-no-violencia-contra-la-mujer>

¹⁹ Video “Colectivo ciudadano, CIASE, Campaña ¡Dominemos la tecnología! 2012”, elaborado para el 25 de noviembre Día Internacional de la no violencia contra las mujeres.

²⁰ Esta es una afirmación de la autora.

evitar cualquier “cualquier acción u omisión, que le cause muerte, daño o sufrimiento físico, sexual, psicológico, económico o patrimonial por su condición de mujer, así como las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, bien sea que se presente en el ámbito público o en el privado”²¹ y “transformar pautas culturales que permitan erradicar todas las formas de violencia contra las mujeres”²².

- ✓ Aunque los movimientos de mujeres, en trabajo articulado con la política pública de mujer y género y sus programas apoyadas en la legislación internacional han conquistado escenarios de prevención, atención y judicialización, debemos decir que existen vacíos jurídicos de tal manera que normas en materia de VCM no se refieren al uso de las TIC como espacio generador de violencia contra las mujeres. “Jurídicamente, las mujeres como sujetos de derecho, deben ser protegidas con mecanismos idóneos, efectivos y suficientes para prevenir la violencia y en caso de ser víctima contar con normas que tipifiquen el delito, sancionen a los agresores y conduzcan a la respuesta del aparato judicial de manera oportuna y ejemplarizante, reparando a la víctima.”²³
- ✓ Las llamadas ciberviolencias definidas por Olga Paz, Coordinadora de Colnodo (uso estratégico de internet para el desarrollo), como “el uso de las TIC para hostigar, amenazar, engañar, extorsionar y explotar a menores de edad a través de la pornografía”, comprenden delitos contra la Libertad individual como violación a la intimidad, reserva e interceptación de comunicaciones: violación ilícita de comunicaciones, divulgación y empleo de documentos reservado, acceso abusivo a un sistema informático,

²¹ Definición de violencia contra la mujer. Artículo 2, Ley 1257 de 2008. Por la cual se dictan normas de sensibilización, prevención y sanción de formas de violencia y discriminación contra las mujeres, se reforman los Códigos Penal, de Procedimiento Penal, la Ley 294 de 1996 y se dictan otras disposiciones.

²² Línea de base, elaborada por Diana Cristina Caicedo Naranjo.

²³ Ídem

utilización ilícita de equipos transmisores o receptores, así como delitos contra la integridad moral como injurias por vías de hecho, calumnia, indirectas, y delitos relacionados con la protección de la información y de los datos como los atentados contra la confidencialidad, la integridad y la disponibilidad de los datos y de los sistemas informáticos y atentados informáticos y otras infracciones²⁴. Definida así, la ciberviolencia considera a la tecnología como parte integral de las tácticas de maltrato contra las niñas y las mujeres, cuyos casos siguen siendo invisibles, naturalizados, no denunciados porque si bien es cierto que “internet no ha creado nuevas formas de delitos contra las mujeres, las niñas y los niños, si ha creado nuevas formas y medios para perpetrar delitos.”

¿Como observar a las mujeres desde otros enfoques: qué está pasando, qué debería pasar, cómo hacer que pase²⁵?:

Lo que está pasando es que:

- ✓ Hay una distancia de enfoques entre los observatorios de la sociedad civil y los observatorios de la academia, que podría disminuirse si estos dos se articulan para realizar encuentros entre el público y la ciudadanía, organizar foros y eventos, ruedas de prensa a los medios y talleres de capacitación a los periodistas en perspectiva de género como lo hacen Medios para la PAZ y la FIP (observatorios de profesionales) para que además de informar a un público amplio y heterogéneo, las y los periodistas dejen de “utilizar lenguajes sexistas, incluyendo descripciones, datos y cifras descontextualizadas, que en muchas ocasiones no cuentan con los análisis

²⁴ Íbid.

²⁵ Propuesta.

críticos que los temas relacionados con la violencia sobre las mujeres requieren²⁶.

El Observatorio Medios al Derecho en uno de sus monitoreos más recientes reitera que el artículo publicado el 29 de junio de 2012, por el diario El Tiempo, titulado: “Mujer de Soacha, golpeada con una varilla por su esposo”, usa una serie de lenguajes que fortalecen los estereotipos patriarcales y que la descripción intensiva de los hechos sin análisis puede contribuir a la naturalización de la violencia de género. Por ejemplo, una de las frases del artículo que más llama la atención (porque apoya la normalización de la violencia en contra de la mujer) es: *“En ese momento acudió a la Policía, pero le contestaron que no podían hacer nada, porque ellos también le pegaban a sus mujeres”, dijo... el artículo está acompañado por una fotografía en primer plano del rostro de la víctima; desde la imagen se pueden visualizar los resultados de la agresión: lesiones, morados, cortadas. Este tipo de recursos narrativos de los medios re-victimizan y mantienen un discurso a partir de la lógica amarillista (donde lo importante es la imagen de la víctima y no el contexto y el análisis necesario de la agresión, las formas de combatirlo, las instancias de atención, etc.)... y que el redactor no referencia (porque no las conoce o porque no las consulta) la normativa colombiana e internacional dada en torno a los temas de violencia contra la mujer. Así mismo se evidencia que el redactor desconoce la ruta de atención y oficinas designadas para la atención de las mujeres víctimas de las distintas formas de violencia”²⁷.*

- ✓ Hay una construcción de imaginarios, creencias que se dan por ciertas o verdades absolutas socialmente compartidas y un tratamiento: uso de

²⁶ Rodríguez Vásquez Angélica María (2012). El papel de los medios en la violencia contra la mujer. Integrante de Red Colombiana de Periodistas con visión de género, Observatorio de Medios Al Derecho y Fundación Al Derecho.

²⁷ ídem

palabras que al ser interpretadas en contextos “equivocados” construyen conceptos “erróneos”, estigmatizantes, excluyentes y discriminatorios.

- ✓ La cobertura de los casos de feminicidio es aparente. No basta con reportar el número de casos ocurridos, es igual de importante nombrar las violencias por su nombre -incluyendo el feminicidio-, citar la legislación existente e invitar a la legislar sobre la que aún no existe, explicarle a las y los lectores en qué consisten, qué hacer, dónde acudir. También es clave, que las y los periodistas realicen informes especiales, sin omitir la publicación de las noticias teniendo en cuenta que las mismas deben tener un tratamiento adecuado, no revictimizante. Algunos medios realizaron avances que vale la pena citar y retroalimentar: durante segundo semestre de 2012, Caracol Televisión llevó la cuenta de las mujeres asesinadas en Medellín: 167 fueron contabilizadas hasta noviembre (vale la pena anotar que aunque la cifra es aterradora, fue inferior a la de 2010 y 2011: 326 y 270, respectivamente²⁸). Por su parte, El Mundo²⁹, realizó varios informes especiales a través de los cuales ofreció una ampliación cualitativa de la información cuantitativa, ya citada; contextualizó la región, entregó cifras y se explicó el fenómeno. Entonces, Caracol Televisión podría realizar informes especiales para contextualizar las noticias y el Mundo podría registrar los casos ocurridos para contextualizar los informes especiales. Lo dicho, en razón a que sus audiencias pueden ser distintas la una de la otra.

Lo que debía pasar es que:

- ✓ Los medios que tienen la “capacidad de dirigir la atención pública hacia ciertos temas presentados como los más importantes en ese momento... que son quienes identifican y priorizan aquellos sucesos o temas a los que

²⁸ <http://criminalforense.com/mujeres-asesinadas-en-antioquia-colombia/>

²⁹ Diario impreso de Medellín

debe dirigirse la mirada pública día a día... y realizan procesos de exclusión e inclusión de temas... tengan una mirada de género que permita visibilizar las desigualdades que enfrentan las mujeres debido a los roles que les han sido asignados y que luego por rutina se reflejan en los medios”³⁰. De acuerdo con el Proyecto Global de Monitoreo de medios, la visibilización de la mujer sólo puede conseguirse con igualdad, tanto en el contenido de las noticias, como en las salas de redacción; hay que transformar la situación actual:

“De cada cinco expertos que hablan en televisión, uno es mujer.

Sólo 24% de las personas sobre las que se lee en las noticias de la prensa escrita, o se escucha en la radio y la televisión son mujeres. En contraste, 76% —más de 3 en cada 4— de las personas en las noticias son hombres.

Las noticias siguen presentando un mundo donde los hombres siguen superando en número a las mujeres en casi todas las categorías ocupacionales, siendo la mayor disparidad en las profesiones.

Como personas entrevistadas o sobre las que se escucha en las noticias, las mujeres siguen establecidas en las categorías de personas “ordinarias”, en contraste con los hombres que siguen predominando en las categorías de “expertos”.

Es doblemente probable que los periodistas mencionen las edades de sus sujetos femeninos de las noticias en comparación con la mención de la edad de sus sujetos masculinos de las noticias.

³⁰ ONU Mujeres. Entidad de Naciones Unidas para la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer. (2011). Mirando con lentes de género la cobertura electoral. Manual de monitoreo de medios.

A 18% de los sujetos femeninos de las noticias se lo presenta como víctimas en comparación con 8% de los sujetos masculinos de las noticias. En contraste, ahora las mujeres tienen el doble de probabilidades que se las presente como sobrevivientes, en comparación con los hombres.

A los sujetos femeninos de las noticias se los identifica de acuerdo con su relación familiar 4 veces más en comparación con los sujetos masculinos de las noticias.

26% de los sujetos femeninos en diarios aparecen en fotografías, en contraste con sólo 17% de los sujetos masculinos³¹.

- ✓ “Desaparezca el uso del lenguaje sexista, que no se usen términos equívocos que minimicen la gravedad de la acción o se quite responsabilidad al agresor, que se informe sobre sitios web que ofrecen información sobre violencia contra las mujeres³²”. Que en lugar de decir el propietario se diga propiedad de, y el creyente, la creyente; señora María Vargas, abogado; se nombre como abogada. Que los asesinatos de mujeres no se nombren como “dramas o crímenes pasionales” porque al hacerlo se tiende a justificar en la pasión y en los celos, y porque cuando se habla de “bajos instintos”, no se hace referencia al dominio de la razón sobre la emoción.

- ✓ La frecuencia de ocurrencia y publicación de feminicidios debe ser la misma.

³¹ www.whomakesthenews.org

³² Rodigou Maite (2008). La violencia hacia las mujeres en los medios de comunicación. Transformando las noticias. Realizado en el marco del programa regional. Ciudades sin violencia hacia las mujeres. Ciudades seguras para tod@s.

- ✓ Cuestione y deconstruya, en hombres y mujeres, el supuesto de que todas las formas de violencia, incluyendo los feminicidios, son provocados por las mujeres
- ✓ Las violencias descritas como daño psicológico, patrimonial, económico y por su condición de ser mujer, deben ser tan “publicas” como las físicas y sexuales

Cómo hacer que pase:

- ✓ Realizar formación y actualización en perspectiva de género y en su legislación sumadas a la constancia, la ética y el profesionalismo de periodistas y ciudadanos /as logre deconstruir y transformar “construcciones materiales y simbólicas que aunque buscan superar los comportamientos de poder y propiedad sobre la mujer, reafirman socialmente algunos tipos de discriminación por medio del lenguaje, actitudes y comportamientos en la vida pública y privada
- ✓ Incluir en los manuales de los observatorios de medios y de estilo de los medios de comunicación una directriz que incluya la cobertura de las violencias de género³³
- ✓ Construir, mediante las acciones de los observatorios y de los medios, indicadores cuantitativos a partir de los cuales se argumente la dimensión de la problemática³⁴

³³ Para promover el acceso a la información relacionada con los derechos de las mujeres

³⁴ Diseñar una estrategia de cobertura y tratamiento de la información relacionada con el enfoque diferencial de género y mujer para los observatorios de comunicación latinoamericanos

- ✓ Proporcionar, desde los observatorios, insumos, tomados de la información publicada para la realización de los talleres en cursos de inducción y reinducción para periodistas y comunicadores en ejercicio profesional.
- ✓ Promover trabajos de grado relacionados con el diseño de productos comunicativos que contribuyan a la resignificación de la violencia como una vía de resolución de conflictos, previa identificación de las necesidades de consumo
- ✓ Realizar investigaciones interdisciplinarias que den cuenta de la importancia del lenguaje en la construcción de la realidad y la formulación de la legislación
- ✓ Instalar el equilibrio, a través de manuales que ofrezcan instrucciones prácticas a los directores que trabajan con mujeres en las zonas de conflicto para tener en cuenta que tienen necesidades de higiene distintas a las de los hombres, que están expuestas a agresiones por el hecho de ser mujeres debido a la concepción cultural que existe de ellas (de nosotras) y que por la misma razón, son vulnerables a la violación:

“Las mujeres periodistas que trabajan en zonas de conflicto necesitan chalecos anti-bala pequeños y adecuados a su cuerpo, que puedan llevar cómodamente. Los colegas (masculinos y femeninos) tienen que tomar la iniciativa y preguntar a las mujeres si necesitan más material de higiene femenina.

Antes de cualquier misión, las empleadas y los directores tienen que estar seguros de que conocen las costumbres locales específicas de las mujeres. Por ejemplo, deben tener cuidado con salir a la calle con el pelo húmedo. En algunas culturas eso puede ser malinterpretado como una indicación sexual. Llevar un anillo de casada aunque sea soltera.

Las mujeres periodistas, incluidas las freelancers, deberían, en lo posible, tener la oportunidad de entrenarse en auto-defensa.

Para evitar abusos sexuales deben:

Mantenerse vigilantes al volver a la habitación del hotel. Alertar al personal del hotel si sospechan que alguien te está siguiendo

No beber alcohol en las entrevistas, por mucho que confíen en la persona entrevistada. Muchas violaciones durante el trabajo ocurren cuando se ha emborrachado a las mujeres

Para prevenir que alguien irrumpa en tu hotel:

- No alojarse en una habitación con terraza
- Poner algún mueble contra la puerta mientras duerme
- Alejar la cama de las ventanas
- Cerrar puertas y ventanas desde dentro
- Usar una alarma conectada a la puerta
- Mantener el frasco de desodorante cerca de la cama, para pulverizar en los ojos a un posible atacante³⁵

Todo esto sin dejar de decir que una lectura analítica con lentes de género sobre las recomendaciones consignadas en “instalar el equilibrio” y sin dejar de reconocer que tienen la intención de proteger, invitan a reflexionar acerca de la concepción patriarcal de la mujer a través de la cual se la encasilla como víctima o provocadora, es decir, como vulnerable por el hecho de serlo; obviando, un poco, la responsabilidad que tienen los medios de brindarle seguridad a las periodistas

³⁵ Federación Internacional de periodistas FIP (2008). Instalar el equilibrio. Igualdad de Género en el periodismo

que trabajan en zonas de conflicto. Guardadas las proporciones, delegar en las periodistas su protección en zonas de conflicto por el hecho de serlo, sería como haber delegado en Rosa Elvira Cely su propia protección. Javier Velasco Valenzuela, su asesino, no debía estar “suelto” pues había cometido crímenes contra mujeres en ocasiones anteriores, contaba con todas las condiciones culturales para “manipular” a Rosa Elvira, por eso lo logró, y después de ser encontrado culpable, sencillamente no pudo ser condenado porque no había en que trasladarlo. El asunto es más complejo de lo que se ve sin los lentes de género. Y este es apenas un planteamiento de lo que “pensar” en ello, implica.

Finalmente, la respuesta a la pregunta inicial ¿Cómo incluir la perspectiva de género en los observatorios de medios? *Es la siguiente: partiendo del respeto a los derechos de las mujeres a una vida en libertad, con igualdad de oportunidades y equidad de género, sin discriminaciones ni violencias de ningún tipo.*

Referencias bibliográficas

- Barreto Claudia, Zapata Estefanía, Moreno Tatiana, Mur Nahir (2012). Análisis descriptivo de los estereotipos de mujer identificados en los avisos con contenido sexual publicados en El Heraldó, El Espacio, El Tiempo, Páginas WEB. En observatorio de comunicación UJTL
- Bonilla, J.I. y Cadavid, A *¿Qué es noticia?, Agendas, periodistas y ciudadanos.*
- Broadcasting Research Unit. *Quality in televisión: Programmes, programme markers System, John Libbey, London/Paris, 198.*

- Castillo, M. Norma C (2009). ¿Por qué razones distintas a la filiación política nos matábamos los colombianos en los años 50?. <http://www.javeriana.edu.co/revistas/Facultad/sociales/universitas/www/67.html>
- Castro Soto O (2012). Observatorio Latinoamericano sobre Trata y Tráfico de personas y la perspectiva de acceso a la justicia. Págs 17 a 36. En Trata y tráfico de personas: actualidad desde la academia y la sociedad civil en México. Universidad Iberoamericana de Puebla
- Cátedra Konrad Adenauer y Facultad de Comunicación y Lenguaje (2004), Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Ediciones Antropos
- Gruzinski, S n (1999) “La guerra de las imágenes: de Cristóbal Colon a Blade Runner (1492-2019)
- Herrera Susana (2006). Los observatorios de medios en Latinoamérica: elementos comunes y rasgos diferenciales. En Razón y Palabra. Número 51. <http://razonypalabra.org.mx/>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Observaci%C3%B3n>
- <http://pinterest.com/pin/240801911297647480/>
- www.utadeo.edu.co/comunidades/observatorios/comunicacion/
- www.whomakesthenews.org/
- <http://m.vanguardia.com/actualidad/colombia/184803-colombianos-marcharon-en-el-dia-de-la-no-violencia-contra-la-mujer>
- Federación Internacional de periodistas FIP (2008). Instalar el equilibrio. Igualdad de Género en el periodismo
- Línea de base, elaborada por Diana Cristina Caicedo Naranjo

- Ley 1257 de 2008
- Marco López Paredes. La sociedad frente a los estereotipos” (2009). VII Bienal Iberoamericana de comunicación, Chiguagua México
- Landa María Inés Subjetividades y consumos corporales: un análisis de las prácticas del fitness en España y Argentina. www.razonypalabra.org.mx
- ONU Mujeres. Entidad de las Naciones Unidas para la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer. (2011). Mirando con lentes de género la cobertura electoral. Manual de monitoreo de medios.
- Puebla Martínez Belén (2011). La mujer en el cine de Alejandro Amenábar: pinceladas de una nueva feminidad en el cine español. www.razonypalabra.org.mx
- Presentación “Violencia de genero a través de las TIC”, preparada por Olga Paz, para el 25 de noviembre de 2012. Olga es coordinadora de Colnodo (uso estratégico de internet para el desarrollo)
- Rey, G., Rincón, O. (2008). Más allá de víctimas y culpables [*Relatos de experiencias en seguridad ciudadana y comunicación- América Latina*], Documentos FES, Centro Competencias en Comunicación, Bogotá.
- Rincón, O. (2008). *La nación de los medios, Cuadernos de Nación*. Ministerio de Cultura, Universidad de Los Andes, Bogotá
- Rodigou Maite (2008). La violencia hacia las mujeres en los medios de comunicación. Transformando las noticias. Realizado en el marco del programa regional. Ciudades sin violencia hacia las mujeres. Ciudades seguras para tod@s.
- Rodríguez Vásquez Angélica María (2012). El papel de los medios en la violencia contra la mujer. Integrante de Red Colombiana de Periodistas

con visión de género, Observatorio de Medios Al Derecho y Fundación Al Derecho

- Roveda, Antonio (2008). Toma el control observatorio nacional de televisión. Comisión Nacional de Televisión Zuluaga Luz Marina (2012). Análisis descriptivo de los estereotipos de mujer identificados en los avisos con contenido sexual publicados en Vanguardia Liberal. En observatorio de comunicación UJTL
- Video “Colectivo ciudadano, CIASE, campaña ¡Dominemos la tecnología! 2012”, elaborado para el 25 de noviembre Día Internacional de la no violencia contra las mujeres.
- Serret Bravo Estela. (2008). Qué es y para que es la perspectiva de género. Instituto de la mujer Oaxaqueña. Depar Scott Joan (2009). Género: una categoría útil para el análisis histórico. Departamento de Sociología. Universidad Autónoma e México.
- Scott Joan (2009). Género: una categoría útil para el análisis histórico.
- Téramo, M.T y De la Torre, L. (2204). *La noticias en el espejo. Medición de la calidad periodística: la información y su público*, Universidad Católica Argentina, Buenos Aires.