

United Nations  Nations Unies

Commission on the Status of Women

Forty-seventh session

New York, 3 - 14 March 2003

PANEL I

**Participation and access of women to the media,
and information and communication technologies
and their impact on and use as an instrument
for the advancement and empowerment of women**

Written statement submitted by

Carolina Aguilar Ayerra

[Spanish only]

PARTICIPACIÓN Y ACCESO DE LA MUJER A LOS MEDIOS Y A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN Y SU IMPACTO Y USO COMO INSTRUMENTO PARA EL DESARROLLO Y ENRIQUECIMIENTO DE LA MUJER.

Por Carolina Aguilar Ayerra
Directora Editorial de la Mujer
Cuba

Tres siglos antes de que Naciones Unidas convocara a la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, y el microchip irrumpiera en nuestras vidas, una mexicana universal proclamaba que el conocimiento era la fuente de todo poder y reivindicaba para las mujeres el acceso al saber. Trescientos años después, podemos repetir junto a Sor Juana Inés de la Cruz: *me opongo a la opresión de la mujer, me opongo a ser silenciada.*

Las formas de la opresión y el silenciamiento se han reciclado y sofisticado hoy, pero la esencia de una estructura social y un pensamiento que invisibiliza a las mujeres y le niega espacio a sus voces, se mantiene.

Como integrantes del movimiento amplio de mujeres, de distintas asociaciones profesionales y sindicales de comunicadores y comunicadoras, de las diversas redes creadas en nuestra región, las periodistas latinoamericanas y caribeñas asumimos en las últimas décadas el compromiso y la necesidad de romper el silencio. Hemos impulsado la creación de medios alternativos, lenguajes propios, códigos y símbolos de comunicación entre nosotras y con el resto de la sociedad sin renunciar a influir y actuar con nuestras ideas dentro de los medios masivos con el expreso propósito de promover la lucha por la igualdad de derechos, oportunidades y posibilidades de las mujeres y la incorporación de la visión de género en los distintos ámbitos sociales.

La actual lucha por la igualdad social de la mujer y la diversidad en los medios de comunicación apunta a un blanco en constante movimiento, comenta la experta canadiense Margaret Gallagher¹ investigadora sobre el tema y consultora de UNESCO en comunicación. Ella lo fundamenta en el hecho de que las estrategias de comunicación que elaboramos las mujeres hace más de un cuarto de siglo desde la I Conferencia Mundial sobre la Mujer, de México en 1975, giraban en torno a que más mujeres pudieran acceder a los medios, como trabajadoras en puestos técnicos, creativos y en instancias decisorias. Estos propósitos apuntaban a dar cuerpo a nuestra creencia de que una mayor presencia de la mujer en los medios, resultaba un elemento de garantía para promover una imagen adecuada y acorde con el creciente protagonismo social de las mujeres. Gallagher opina hoy que estas estrategias ya no resultan apropiadas, más bien parecen cándidas e ilusorias pretensiones de grupos idealistas o sencillamente era que no estábamos conscientes de la complejidad de la relación mujer- medios de comunicación-globalización neoliberal; mucho menos previmos los gigantescos cambios en el tinglado comunicacional y los efectos provocados por la impetuosa revolución tecnológica en los campos de la

¹ Gallagher, Margaret . La Mujer y el Nuevo Panorama de los Medios en Europa. Lola Press. 1997.
Por todos los Medios- Comunicación y Género. Ediciones de la Mujer # 23, Isis Internacional, dic de 1996.

información y las comunicaciones en las últimas décadas. Comparto este criterio de la experta, pues estos propósitos que nos trazamos parecen estallar ante la realidad actual.

Crisis, caos, catástrofes, globalización neoliberal, ajustes, privatización, corrupción, violencia, terrorismo, secuestros, guerra, recesión, deuda externa, fondo monetario internacional, pobreza, hambre, pandemias, epidemias, feminización de la pobreza, abuso sexual, estallidos sociales, marchas, protestas, luchas, cacerolazos, solidaridad, fueron los términos mas generalmente utilizados en la prensa de nuestra región en las últimas dos décadas.

Esto denota la gravedad de la situación actual, de la crisis más pertinaz y extendida que atraviesan nuestros países al sur del río Bravo.

Crisis que ha agudizado los problemas existentes y creado otros, tanto o más graves y peligrosos. Los más abismales contrastes caracterizan nuestra realidad. Diferencias y

comunicación, realizando la más inimaginable invasión cultural homogeneizante cuyo propósito es eliminar nuestras culturas e identidad nacionales.

“La globalización neoliberal es sexista no solo porque potencia la exclusión de las mujeres, sino también porque las margina de la gestión de lo mundial, un modelo que coloca el

que viene de occidente, blanca y si es posible anglosajona,⁶ ajena totalmente a nuestra realidad latinoamericana y caribeña, multicultural, pluriétnica y multirracial.

Es el modelo de mujer irracional, histérica, miedosa, insegura, consumista habitual, banal, acuñada por miles de marcas de productos suntuarios, una mujer que se compra y se vende, y un modelo que resulta útil para la manipulación, para aislarla de sus intereses y necesidades, para neutralizar sus potencialidades de ser humano creativo y capaz.

En cada foro las mujeres y hombres de la comunicación que trabajamos en los medios coincidimos en que uno de los centros de nuestro quehacer debe constituir la construcción de nuevas imágenes posibles de mujeres tanto en su dimensión íntima, subjetiva, como de actora social; y también de nuevos modelos de comportamiento a partir de bases más justas en las relaciones intergeneracionales. Este propósito pasa por un proceso de toma de conciencia y acciones encaminadas a los hacedores y hacedoras de los productos comunicacionales. También hemos identificado la urgencia de prepararnos para el ejercicio de un periodismo de género, entendido como una necesidad social, pues perfecciona y busca todas las formas que nos lleven al logro de los objetivos de las mujeres por avanzar.

Gloria Bonder, sicóloga argentina que ha investigado sobre la mujer en los medios, apunta en su informe sobre un monitoreo de la imagen de la mujer en las noticias realizado en 71 países,(1995) que las mujeres representan tan solo el 17 por ciento entre las personas entrevistadas o citadas en las noticias; en Sudamérica son solo el 15,1 cosa que empeora; en Asia y Medio Oriente con el 14 y 13 por ciento. En nuestra región resaltaron los casos de Argentina y Paraguay. En el primer país son mujeres el 39,3 por ciento de los periodistas, pero entre los entrevistados fueron solo el 15 por ciento. La situación de Paraguay es más reveladora, mientras ellas constituyen el 40,3 entre los periodistas solo el 5,4 de las entrevistas correspondió a mujeres. Señala Bonder que en nuestra región las mujeres ostentan importantes avances en los campos del trabajo, la educación y el protagonismo político, pero contradictoriamente resultan minoría para los medios a la hora de mostrar su quehacer. Ellas aparecen en cuestiones legales, policiales o accidentes mientras los varones lo hacen como fuente de información en primer lugar en política y gobierno, luego en crimen y accidentes, en deportes, economía y negocios. Llamó la atención en este monitoreo la bajísima cobertura que brindan los medios en todo el mundo a temas como anticoncepción, cambios en los roles de género, atención a los hijos, salud y condiciones de trabajo de la población femenina. Tan solo el 6 por ciento de las noticias analizadas trataron algunas de estas cuestiones.⁷

En todos nuestros países las comunicadoras coincidimos con la imperiosa necesidad de seguir propiciando acciones con el fin de introducir el enfoque de género en la información y la comunicación junto con la sensibilización y capaci

creciente de estas nuevas herramientas de análisis e interpretación que nos ofrece el género como categoría analítica, identificamos que las barreras que todavía hoy fijan un tope para la mujer, son difíciles de atravesar. La discriminación ostensible se ha ido solapando pero en esencia hay todavía prácticas y actitudes sexistas hacia la mujer que significan discriminación y desventajas para el ejercicio de la profesión, que se manifiestan claramente por ejemplo, en las diferencias salariales entre los hombres y mujeres que trabajan en los medios cuyo origen se encuentra casi siempre, con el tipo de trabajos periodísticos y misiones asignados a unas y otros.

Las coberturas más valoradas, entre ellas las de política, gobierno, la guerra, los asuntos internacionales, la economía, los negocios, todavía tienen un perfil masculino, no solo desde el punto de vista de quienes realizan la información, sino de los entrevistados y protagonistas. Y en la valoración de parte de los medios del tipo de noticias que se cubren se aprecia que hay más varones que mujeres reportando las noticias prácticamente en todos los temas.

Ellas son mayoría solamente en temas sociales, en artes y espectáculos, en salud y asuntos religiosos. En resumen, las mujeres periodistas no solo son minoría en general, sino que constituyen mayoría solo en el tratamiento de los temas más marginales y devaluados de la noticia, por lo cual “su discriminación profesional es doble.”⁸ . Ellas predominan en las noticias locales y son minoría en las nacionales e internacionales.

La igualdad social es en Cuba paradigma, objetivo estratégico dentro de su programa social. En el caso particular de la situación y condición de las mujeres comunicadoras entre otros aspectos esta voluntad política se expresa en el hecho de que reciben igual salario por trabajo de igual valor. Una aspiración de muchas de nuestras colegas en todo el mundo.

El Plan de Acción Nacional de Seguimiento a Beijing, que en nuestro país tiene carácter de decreto ley, dedica uno de sus acápite a potenciar este tema. El 43 por ciento de las periodistas son mujeres, y en el caso de la radio alcanzan un 53 por ciento con un 57 entre los directivos. Pero aun es necesario que en los puest6 Tw (oglobdc -0.0927 TcTD /F1 (ESamienrs70v

La brecha digital ensancha las ya hondas diferencias entre norte y sur, entre ricos y pobres, entre las mujeres y el modelo de comunicación hegemónico. Al mismo tiempo las posibilidades de esta revolución tecnológica permiten revertir el paradigma tradicional de emisor y receptor, y brinda a las mujeres una vía para contribuir al cambio de las estereotipadas formas sexistas de asumir la comunicación.

Dos tendencias predominan: las que satanizan las nuevas tecnologías y las que las presentan como una panacea. En mi opinión, si bien es cierto que en la red de redes pululan la pornografía y las mujeres son presentadas como objeto sexual o reproduciendo los estereotipos tradicionales, también es cierto que publicaciones digitales, foros de discusión, sitios de ONGs tienen un espacio para expresarse.

Las movilizaciones antiglobalización neoliberal, la devolución a su patria del niño secuestrado en EU Elián Gonzalez, los 85 mil email recibidos en un día demandando al presidente Aznar: NO A LA GUERRA, son exponentes de las potencialidades de este nuevo soporte comunicacional en la batalla por construir un mundo mejor.

No pueden las mujeres estar ausentes de estas novedosas herramientas. De hecho en la red aparecen cada vez más productos comunicativos con enfoque de género como alternativa a los productos sexistas y degradantes. Es cierto que todavía no son mayoritarios, que muchas veces son esfuerzos individuales o que no tienen apoyo financiero...Ahí es donde debe insertarse la comunidad internacional para potenciar estos proyectos que traen una nueva mirada, múltiple , plural , diversa.

La experiencia cubana en el acceso y potenciación de toda la población y en particular de los niños y niñas a las nuevas tecnologías pudiera servir como una

Es por ello que valoramos altamente los propósitos del *Informe del Secretario General de Participación de mujer en los medios de difusión y en las tecnologías de la información y las comunicaciones, y acceso de la mujer a ellos, así como su repercusión en el adelanto y la potenciación de la mujer y su utilizac*

