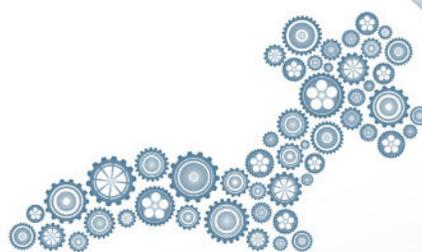


MANUAL PARA LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS CON ENFOQUE DE GÉNERO PARA PERIODISTAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN VENEZOLANOS



Por Nosotras
Acción por la Igualdad para el Desarrollo



MANUAL PARA LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS CON ENFOQUE DE GÉNERO PARA PERIODISTAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN VENEZOLANOS

Este manual es parte del proyecto “**Organizaciones de mujeres venezolanas comprometidas con la Igualdad de Género como pieza clave para el desarrollo del país**”, desarrollado por la **Asociación Venezolana para una Educación Sexual Alternativa (AVESA)** y **Aliadas en Cadena**, con el apoyo financiero de la **Unión Europea**.

Coordinadora del Proyecto: Magdymar León Torrealba

Coordinadora del Componente de Incidencia Política: Luisa Kislinger

Elaboración y revisión: Gloria Carrasco

Edición: Magdymar León Torrealba y Luisa Kislinger

Diseño Gráfico: Elisa Machado Martínez

Abril 2019

Depósito legal: DC2019000872

«La presente publicación ha sido elaborada con el apoyo financiero de la Unión Europea. Su contenido es responsabilidad exclusiva de AVESA y Aliadas en Cadena y no necesariamente refleja los puntos de vista de la Unión Europea».



El por qué y para qué de este manual	4
CAPÍTULO 1 Deshaciendo, reafirmando y construyendo visiones	6
1.1 Las luchas por los derechos de la mujer y sus frutos en el campo legislativo	7
1.2 La situación de las mujeres y la agenda de los medios	10
1.3 El periodismo entra en acción con perspectiva de género	14
1.4 Conceptos clave	15
1.4.1 Igualdad de género, igualdad de las mujeres y equidad de género	15
1.4.2 Género, sexo, identidades y orientación sexual	17
1.4.3 Roles tradicionales y estereotipos de género	18
1.4.4 Perspectiva de género y análisis de género	19
1.4.5 Violencia de género contra las mujeres	19
1.4.6 Androcentrismo y Sexismo	21
1.4.7 Femicidio o feminicidio	22
CAPÍTULO 2 Vamos a la práctica con enfoque de género	24
2.1 Lenguaje no sexista	25
2.2 Lo que no se nombra no existe	29
2.3 ¿Qué podemos hacer para usar un lenguaje incluyente?	31
2.4 El tratamiento sexista	36
2.5 Omisiones e infrarrepresentaciones de las mujeres en las actividades “fuertes”	41
2.6 Recomendaciones para normalizar la participación de mujeres en áreas “fuertes”	45
2.7 La discriminación de género oculta en grandes temas	46
2.7.2 Pobreza	46
2.7.3 Migración	47
2.7.4 Salud y factores socioambientales	47
2.7.4 Diversidad cultural, funcional y de identidad	48
2.8 Lo que las imágenes dicen	51
2.9 La violencia de género contra la mujer	53
2.9.1 Los tipos de violencia	53
2.9.2 La violencia de género contra las mujeres no es un suceso	54
2.9.3 El tratamiento periodístico de la violencia de género contra las mujeres	64
CAPÍTULO 3 Decisiones editoriales con enfoque de género	67
3.1 Autodiagnóstico del trabajo periodístico	68
3.2 Autodiagnóstico del equipo editorial	70
3.3 Construyendo un decálogo para la incorporación del enfoque de género	73
Manos a la obra	77
Referencias bibliográficas	78

El por qué y para qué de este manual

Este manual ha sido desarrollado con el fin de sensibilizar e informar en materia de igualdad de género y derechos de las mujeres a periodistas y medios de comunicación, así como de proporcionarles conocimientos y herramientas básicas para la producción de contenidos que se alejen de expresiones sexistas, estereotipos y roles tradicionales de género, y que favorezcan la visibilización de las problemáticas, voces y logros de las mujeres.

El poder de los medios de comunicación social de incidir en la opinión pública y en la creación o en la limitación de oportunidades de desarrollo humano es innegable. El Proyecto Global de Monitoreo de Medios (WACC, 2015) revela que a pesar de constituir las mujeres el 50% de la humanidad, sigue existiendo una enorme disparidad en su representación en los medios, tanto en magnitud como en calidad. A nivel mundial es mencionada 1 mujer por cada 3 hombres en un día de captura de información. En el caso de voces expertas, esta relación es de 1 mujer por cada 4 hombres. En Venezuela, la magnitud general es similar pero no hubo expertas. ¿Cuánto hay de invisibilización de los medios de los logros de las mujeres? ¿Cuántas mujeres expertas tienen los medios de comunicación en sus directorios de fuentes o protagonistas? y ¿cuánto hay de reflejo de la discriminación de la mujer en su lucha por alcanzar puestos de liderazgos? ¿Cómo engranar la información reflejada en los medios con los datos arrojados por el Informe Global sobre Diversidad de Género (HAYS, 2016), según el cual 82% de las mujeres quieren alcanzar una posición de liderazgo en su carrera y 79% de los máximos dirigentes empresariales del mundo son hombres?

La invisibilización de los logros de las mujeres, el bajo interés periodístico en fenómenos como el “techo de cristal” - referido a las limitaciones en sus carreras profesionales que les impiden seguir ascendiendo de la misma forma que lo hacen sus colegas varones - y las representaciones estereotipadas de mujeres conforme a roles tradicionales de género en diversos contenidos mediáticos, son expresiones de la discriminaciones de género que impiden su participación plena en sociedad y su contribución efectiva al desarrollo de sus países. Estas discriminaciones se deben, entre otras razones, a vacíos de formación sobre la incorporación del enfoque de género en la producción periodística, así como a insuficiencias y deficiencias en la producción de





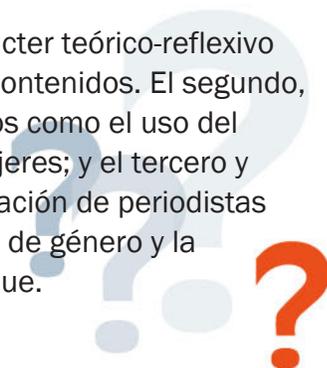
estadísticas desagregadas por sexo que permitan ponderar brechas y oportunidades para el desarrollo de las mujeres. Según ONU Mujeres (2018) a pesar de los avances en distintos ámbitos de la vida social y económica, las mujeres siguen enfrentando situaciones y condiciones que representan obstáculos para su desarrollo integral, mientras sus logros profesionales son poco visibilizados en el espacio público.

Es preciso recordar que 1 de cada 3 mujeres y niñas han sufrido violencia física o sexual alguna vez en su vida, y que en casi la mitad de los casos de mujeres asesinadas en 2012 el autor de la agresión fue un familiar o un compañero sentimental. Esto está también relacionado con la cultura patriarcal de la apropiación del otro como objeto o como “inferior” o no “igual.” Esa misma cultura patriarcal otorga derechos y poderes distintos a hombres y mujeres y afecta sistémicamente las relaciones humanas, el ejercicio de la ciudadanía y la democracia. Por ello, hacemos un llamado a trabajar en la formación de un pensamiento crítico y de apertura en el abordaje de las desigualdades de género, lo cual pasa necesariamente por fortalecer los valores de libertad, igualdad, equidad y justicia, pilares de una cultura democrática.

Partimos del reconocimiento de la importancia de los medios de comunicación y del periodismo para el fortalecimiento de la democracia como sistema político de derechos y como modo de vida que se ancla en: 1) la aceptación, promoción y defensa de la dignidad y libertades humanas; 2) en la gestión de incidencia pública para la deconstrucción del patriarcado que refuerza la autocracia, en general, y la desigualdad de género en particular, entendiendo que la igualdad entre hombres y mujeres es en dignidad, libertad y racionalidad y que su promoción fortalece la democracia.

En este material compartiremos herramientas conceptuales y estrategias de análisis para la construcción de contenidos inclusivos, que permitan superar prácticas que resultan discriminatorias de las mujeres. Revisaremos y reflexionaremos sobre problemas concretos que afectan el desarrollo integral de las mujeres, abordaremos conceptualizaciones de la problemática de género y cuestionaremos constructivamente, con ejemplos concretos, algunos modos como se viene haciendo el periodismo. Esperamos con ello favorecer la colocación de productos comunicacionales en el espacio público que representen oportunidades de desarrollo humano para las mujeres y los hombres. En síntesis, se trata de promover la igualdad y la no discriminación por motivos de género.

El manual está estructurado en tres capítulos. El primero de carácter teórico-reflexivo sobre la temática de género, el periodismo y la construcción de contenidos. El segundo, invita a la práctica del enfoque de género sobre temas específicos como el uso del lenguaje y el tratamiento de la violencia de género contra las mujeres; y el tercero y último aborda, a partir de instrumentos específicos, la autoevaluación de periodistas y medios sobre aciertos y retos en la aplicación de la perspectiva de género y la elaboración de un decálogo para la incorporación de dicho enfoque.



CAPÍTULO 1



**DESHACIENDO,
REAFIRMANDO Y
CONSTRUYENDO VISIONES**

El poder de los medios de comunicación social en la construcción del espacio público es innegable, su incidencia real en la deliberación pública y en la creación o en la limitación de oportunidades para diversos sectores de la sociedad depende de fenómenos complejos como la presencia o no de un contexto democrático, de la mayor o menor restricción a la libertad de expresión, del apego a los principios de independencia y del compromiso de los y las periodistas con la construcción de un poder comunicativo capaz de reflejar la complejidad social y, también, de las propias exigencias de la ciudadanía.

1.1 Las luchas por los derechos de la mujer y sus frutos en el campo legislativo

Así como entre autocracia y democracia hay una tensión constante, dada la poca tradición democrática de la sociedad a lo largo de la historia (De Franco; s.f.), la desigualdad de género que data de miles de años¹ y la conquista de los derechos de la mujer ha requerido una lucha permanente de las mujeres por sus derechos hasta lograr ser consideradas ciudadanas, tener derecho al voto, compartir decisiones del hogar con el marido y hacer aportes sustantivos en la esfera pública (política, económica y social).

Valcárcel (2001) analiza el movimiento feminista en tres oleadas de luchas por los derechos sociales, civiles y políticos. La primera, se extiende desde la Revolución Francesa hasta mediados del siglo XIX con más énfasis en la defensa de la igualdad de la inteligencia de hombres y mujeres, y la reivindicación de las mismas oportunidades de educación para ambos. En la segunda ola, desde mediados del siglo XIX hasta la década de los cincuenta del siglo XX, continúan las luchas por el derecho a la educación, se reclama la independencia de la mujer de las decisiones de padres y maridos, así como el derecho al trabajo, pero reivindica principalmente el derecho al voto de las mujeres, movimiento que se inicia en los Estados Unidos a mediados del siglo XIX y se concreta en Venezuela en 1947. La tercera ola comienza con las revoluciones de los años 60 del siglo XX hasta la actualidad. Se caracteriza por una mayor conciencia de los condicionantes sociohistóricos de la desigualdad, se lucha por la abolición del patriarcado y se reivindica un cambio de valores. Entran en el debate la sexualidad femenina, la violencia contra la mujer, las diversidades femeninas y el multiculturalismo.

El siglo XX fue especialmente determinante en la legislación a favor de los derechos de las mujeres: el voto femenino, condiciones laborales paritarias respecto al varón, derechos de las familias, entre otros. Ello producto de las luchas desplegadas por grupos feministas en todo el mundo.

El artículo 1 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, promulgada por la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas en diciembre de 1948 reza: Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y, dotados como están de razón y conciencia, deben comportarse fraternalmente los unos con los otros (ONU, 1948).

En el seno de la ONU, luego de un trabajo intenso de varios años, en 1979 se adoptó la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW por sus siglas en inglés), la cual representa el marco más general - inédito para ese momento - de protección de los derechos de las mujeres en diversos ámbitos. Posteriormente, a nivel regional, se adoptó la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer, también conocida como la Convención de Belem do Para (OEA, 1994). Venezuela es parte de ambos convenios los cuales instan a los Estados a adoptar medidas que favorezcan cambios culturales e incidan en las representaciones de las mujeres hechas por los medios de comunicación.

En la Conferencia Mundial sobre la Mujer realizada en Beijing en el año 1995, se adoptó la emblemática Plataforma de Acción de Beijing, la cual constituye un instrumento de política que guía los esfuerzos de los países en favor de la igualdad de género (ONU, 1995). En esa oportunidad se mostró cómo la convivencia desde la igualdad, el mutuo reconocimiento de la dignidad y el disfrute de los derechos fundamentales de las personas se encuentra obstaculizada por la desigualdad de género, razón por la cual se instó a los Estados a adoptar medidas para prevenir y eliminar todas forma de discriminación.

La Plataforma de Acción dedica su sección J al ámbito de mujeres y medios de comunicación, con el fin de promover y fortalecer la inclusión de las voces femeninas y la representación equilibrada y no estereotipada de mujeres y hombres en los medios de comunicación y sistemas de difusión. En ese sentido, incluye un conjunto de medidas dirigidas a gobiernos, medios y sistemas de comunicación y difusión, organizaciones de publicidad, instituciones educativas y organizaciones de desarrollo social, entre ellas grupos de mujeres, y se establecen los principios básicos para hacer de los medios de comunicación y las tecnologías de información, aliados fundamentales en la lucha de las mujeres por sus derechos humanos y por sus oportunidades de desarrollo.

En el año 2015, los Estados Miembros de las Naciones Unidas adoptaron la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible que retoma los Objetivos del Desarrollo del Milenio del año y los amplía. La Agenda 2030, se propone proteger el planeta, promover la paz y garantizar la prosperidad de todas las personas. Plantea 17 objetivos, uno de los cuales se propone alcanzar la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres (ODS 5), con una visión de transversalización de la perspectiva de género en toda la Agenda.

Desde el punto de vista del marco normativo-legal venezolano, la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela del año 1999, garantiza en el artículo 21 la igualdad ante la ley de todas las personas, sin discriminación por sexo y otras condiciones. En el año 2007 entró en vigencia la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia (LODMVLV). Esta ley incluye violencia mediática y violencia simbólica como modalidades de violencia contra la mujer.

Seguir trabajando en la igualdad de género mejora las condiciones de toda la sociedad, con gobiernos más inclusivos, allí donde las mujeres ocupan al menos un 30% de los cargos políticos; menores costos en salud por disminución de embarazos no deseados, abortos inseguros y mortalidad materna, así como mortalidad infantil; economías más fuertes ya que al cerrar la brecha de género en el mercado laboral, se genera un incremento del 34% del PIB y, por último, pero no menos importante, mayor poder adquisitivo para cubrir las necesidades de las familias (Equivalencias en Acción, 2016a).

¹ Recomendamos leer la obra: “El origen histórico de la violencia contra las mujeres” (Pérez, 2018) donde se ubica el origen de la desigualdad de género en el Neolítico, con la aparición del sedentarismo y la división del trabajo entre hombres y mujeres. Con ello, surge la división entre el ámbito privado (como lo femenino) y el público (como lo masculino) con el control sexual de la mujer por parte del hombre para garantizar el origen de los herederos. Así, las diferencias biológicas se transformaron en diferencias sociales. Aparece la mujer como mercancía intercambiable con otras poblaciones y la esclavización de las mujeres de los pueblos conquistados. En la edad media, tanto en Roma como en Grecia, las mujeres no eran consideradas ciudadanas y la autoridad residía en las figuras masculinas (el pater familias) fuese el padre, el esposo o en su defecto, un pariente varón. Con el surgimiento de la propiedad privada y de las clases sociales, las mujeres con mayores privilegios contaban con esclavas, pero igualmente quedaban confinadas a la esfera privada. En esta obra se muestra como los ideales de libertad e igualdad asociados a la Revolución Francesa trajeron consigo no solo gobiernos republicanos sino un profundo debate sobre la desigualdad de las mujeres, así como las luchas y conquistas de sus derechos.

1.2 La situación de las mujeres y la agenda de los medios

A lo largo de la historia se ha construido una cultura que normaliza la discriminación de la mujer bajo el argumento de su “debilidad” e “inferioridad” frente al hombre. Ello se vehiculiza a través de expectativas y normas sociales reflejadas en los modos de vida, las políticas, economías, ideologías formales, incluyendo el derecho y el discurso público (ONU, 2006).

Esta cultura de la discriminación de la mujer se sustenta en un orden sociomoral y político que ha mantenido y perpetuado la jerarquía masculina desde que se inició la división del trabajo y el control de la mujer por el hombre, denominado patriarcado (Valcárcel, 2001). En este orden “las mujeres tienen asignados espacios físicos y simbólicos que no han sido elegidos por ellas y que no suponen el reconocimiento ni el poder del colectivo genérico, que los hombres se reservan para sí” (Cacigas, 2000). El sistema patriarcal es internalizado y reproducido tanto por hombres como por mujeres.

Periodistas y medios de comunicación tienen un rol y una posición privilegiada en la deconstrucción de la cultura patriarcal, en tanto base del autoritarismo y de diversas formas de exclusión.

El patriarcado se expresa en cifras como las siguientes:



- 1. 15 millones de niñas en edad escolar nunca tendrán la oportunidad de aprender a leer y escribir en la escuela primaria**
- 2. Por cada 3 hombres que ocupa un escaño parlamentario, hay sólo una mujer**
- 3. La brecha salarial de género es de 23%, es decir que las mujeres ganan Bs. 77 por cada Bs. 100 que gana el hombre**
- 4. Una de cada tres mujeres y niñas experimenta violencia física o sexual a lo largo de su vida**
- 5. La discriminación de género se cruza con otros factores como la pobreza: por cada 100 hombres pobres entre 25 y 34 años, hay 122 mujeres en esa situación y en América Latina la cifra alcanza 132**
- 6. En 18 países, los esposos pueden impedir legalmente que sus esposas trabajen; en 39 naciones, las hijas y los hijos no tienen los mismos derechos hereditarios y 49 países carecen de leyes que protejan a las mujeres de la violencia en el hogar.**

Fuente: ONU Mujeres (2018)

PREGUNTAS PARA LA REFLEXIÓN

1. **¿Cuál sería nuestra reacción al leer los datos de violencia de género o de brecha salarial, si hacemos el ejercicio de cambiar el sexo en cada uno de los datos enunciados?**
2. **¿Cómo generar estupor, reflexión, movilización ante la discriminación contra las mujeres del que se ha hablado mucho últimamente y que en muchos casos genera rechazo o la sensación de “esto es más de lo mismo”?**
3. **¿Basta solo mostrar las cifras? ¿De qué forma podemos comunicar mejor que la brecha de género o la desigualdad de género es un problema real, cuyas sus causas y consecuencias nos afectan colectivamente?**

La agenda noticiosa es el conjunto de temas que un medio de comunicación decide colocar en el espacio público. Buena parte de la agenda está determinada por los temas del día, pero otra parte es agenda propia, bien sea porque hay un tratamiento distinto a los temas del día o porque propositivamente se introducen temas que son considerados relevantes para la formación de opinión pública. En general, las agendas están definidas por temas que involucran sorpresa, conflicto, variación considerable en magnitud de ciertos fenómenos sociales, la contravención de normas, entre otros factores (LUHMANN, 2000). Sin embargo, algunos fenómenos no parecen responder tan directamente a criterios como estos, al menos no cuando su desarrollo es lento, a veces imperceptible o normalizado y por tanto, no noticioso.

La desigualdad de género es un fenómeno que se ha naturalizado en los imaginarios cotidianos, en la forma de lenguaje sexista, estereotipos, refranes, cuentos y chistes o como invisibilización o subrepresentación de las mujeres y sus logros. Estos imaginarios se cuelan en las agendas noticiosas, lo que se ha visto reflejado por algunos estudios como el informe del Proyecto Global de Monitoreo de Medios (GMMP, por sus siglas en inglés).

El informe del GMMP, iniciativa de la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC) realizado cada 5 años desde 1995, encontró en su edición del 2015 que en los 114 países donde se llevó a cabo el monitoreo sigue existiendo una enorme disparidad entre la representación de las mujeres y los hombres en los medios de comunicación. Veamos algunos datos:

Brecha de género en las noticias

- Solo el 24% de las personas que se mencionan en las noticias pertenecen al sexo femenino. Este dato varía por región: en América del Norte es 36%, mientras en el Medio Oriente es 18%.
- En América Latina ha disminuido la brecha de género en los últimos veinte años, pasando de estar presentes sólo en el 16% de las noticias analizadas en 1995 al 29% en 2015. En Venezuela ese porcentaje solo alcanzó el 23%.

Abordaje de la desigualdad de género

- Es importante destacar que el 9% de las noticias a nivel mundial tratan el tema de la desigualdad de género, lo que representa un incremento de 125% respecto al año 2005. Sin embargo, en Venezuela el tema no obtuvo la atención de los medios.

Fuente: WACC, 2015

La información es una construcción social que involucra procesos de selección de unos hechos y no otros, una determinada selección de fuentes, una forma de abordarla y contextualizarla, que deja de lado otras opciones y que vela por unos intereses y no otros. Las causas, antecedentes y alternativas que se desechan en la descripción y análisis de un suceso también son parte integrante de éste, y las elecciones que se hacen muestran unas intenciones y tienen consecuencias (Savater, 1999; Freundt-Thurne, 2005).

La producción noticiosa es un proceso de construcción de significados que abre ciertas posibilidades y cierra otras para los distintos actores involucrados en el sentido ontológico del lenguaje (Echeverría, 2005) y también en el sentido sociopolítico de las relaciones humanas.

La representación de las mujeres y los hombres en los medios de comunicación son elecciones que se hacen en la cotidianidad de los equipos de redacción y tienen consecuencias para ambos géneros y en sus relaciones y vida social.

Veamos un ejemplo de la construcción social de la información con una noticia sobre violencia de género, que luego retomaremos en el segundo capítulo con más detalles y referencias.

El 18 de noviembre de 2018 ocurrió un femicidio en el estado Yaracuy en Venezuela.

Reseña 1: El día 28/11 es reseñado por NTN24 Noticias titulando: “Detienen a beisbolista venezolano por asesinato de su pareja.” En el sumario se reseña: “El beisbolista Junior José Espinoza de 21 años de edad habría asesinado a su esposa a tiros según fuentes policiales.” En el cuerpo de la noticia se destaca la prometedora carrera del beisbolista, se dice el nombre y edad de la esposa - Ismeliz Freitas, de 22 años - y se describe la falsa coartada expresada por el inculpado por asesinato por los tribunales de justicia.

Reseña 2: El día 29/11 El Comercio de Perú, la noticia es titulada de la misma manera pero en el sumario se lee: “El deportista profesional Junior José Espinoza de 21 años, fue imputado por femicidio agravado con circunstancias agravantes, contra Ismeliz Freites.” Mientras que en el cuerpo hacen referencia a la falsa coartada del imputado, a la ausencia de datos oficiales sobre la incidencia de este tipo de delitos a pesar de estar en vigencia desde el año 2007 la Ley Orgánica Sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia y, por último, contextualizan con datos de la Organización No-Gubernamental de defensa de derechos humanos COFAVIC, que estima que 35% de las venezolanas ha sufrido algún tipo de violencia física y sexual, y que 38% de los asesinatos de mujeres han sido cometidos por sus propias parejas.

Comentarios: En ninguno de los dos abordajes se habla de “crimen pasional,” lo cual es un avance en el tratamiento de los asesinatos cometidos por las parejas o exparejas. Sin embargo, en el primer caso, se trata de un suceso que trunca la carrera profesional del hombre y donde nada más se sabe de la mujer asesinada, salvo su nombre y edad, con lo que se omite cómo se ha truncado la vida y sueños de un ser humano que recién comenzaba su vida adulta (ella, en definitiva, no parece ser la noticia). En el segundo caso se explica el contexto social y legal y el hecho pasa de ser un suceso a ser un problema social que requiere atención.

Este segundo abordaje abre la posibilidad a la denuncia del femicidio como problema social y a la formación ciudadana sobre la existencia de un basamento legal que promueve una vida libre de violencia.

Los medios de comunicación colocan en el espacio público una red de informaciones y opiniones que responden a diversos intereses, muchas de ellas insertas en lo social e históricamente instituido y, por tanto, prácticamente dadas como “naturales”, mientras otras emergen instituyendo nuevas visiones y nuevas prácticas sirviendo de base a las transformaciones sociales (Boladeras, 2001; Castoriadis, 2005). Es consustancial al periodismo el mantenimiento de una actitud crítica y reflexiva ante las primeras y el sentido de compromiso con la realidad social sobre las segundas, especialmente, en la defensa de los derechos de las mujeres.

Las pautas noticiosas llevadas con calidad y fines formativos ¡también venden! Las audiencias lo perciben de esa manera (Carrasco, 2015) y si se les proporciona la información y herramientas necesarias, uniríamos el esfuerzo de medios y audiencias para promover los cambios necesarios que permitan superar las brechas de género y erradicar la violencia contra las mujeres.

PREGUNTAS PARA LA REFLEXIÓN

- 1. ¿Pueden los medios contribuir con la superación de las desigualdades de género que subyacen a las expresiones de violencia?**
- 2. ¿Por qué ha costado tanto lograr que estos temas puedan hacerse parte de la agenda pública, en particular en Venezuela?**
- 3. ¿En qué parte de la cadena informativa se encuentran las dificultades?**

1.3 El periodismo entra en acción con perspectiva de género

A partir de los años 70, las feministas comenzaron a analizar la relación entre el género y los medios de comunicación inaugurando un ámbito de la investigación conocido como estudios feministas de medios. Desde allí se han examinado las representaciones y discursos mediáticos en torno a las mujeres, y su impacto en la perpetuación de las brechas y desigualdades (Kislinger, 2015). Los años 80 vieron la creación de medios especializados en género como FEMPRESS y CimacNoticias y la creación de redes de periodistas con visión de género tales como la Red Colombiana de Periodistas, Red Internacional de Periodistas con Visión de Género (RIPVG), la Red Nosotras en el Mundo y el Observatorio de Igualdad de Género de América latina y El Caribe (Pérez, 2018; Benavente y Valdés, 2014). Estos medios especializados son de gran utilidad para periodistas e investigadores y para la coordinación de una agenda de género.

También es importante contar, por una parte, con políticas públicas de comunicación y género integradas y, por otra parte, con la incorporación de la perspectiva de género como principio orientador de la autorregulación de periodistas y medios. Según Vega Montiel (2014) en Iberoamérica los gobiernos de la región no han emprendido acciones contundentes en materia de igualdad de género en los sistemas de comunicación en favor de los derechos de las mujeres y, al mismo tiempo, la mayor parte de las industrias informativas no cuenta con instrumentos de autorregulación en materia de género, con algunas excepciones como la Asociación de Periodistas de Uruguay (APU) que aprobó en el año 2013, un código profesional con un capítulo en Género y Discriminación. Tampoco hay regulación de la publicidad. Hay mucho trabajo por hacer y eso incluye derribar muchos prejuicios, ya que según la autora no solo "... existe una ignorancia generalizada entre los representantes institucionales respecto a lo que es la igualdad de género, sino una cultura de prejuicios acerca de lo que el feminismo y los derechos humanos de las mujeres son" (2014, pag 73-74).

Sin embargo, el enfoque de género ha empezado a ganar espacios en los medios de comunicación. Ejemplo de ello es la designación de Jessica Bennet como la primera editora de género del The New York Times y la creación de una corresponsalía de género en el diario El País de España, con la filósofa Diana Maffía como su defensora de género.²

PREGUNTAS PARA LA REFLEXIÓN



1. ¿Cuánto sabemos sobre las organizaciones con las que debemos unir fuerzas para potenciar el mensaje y aprender sobre el tratamiento adecuado de estos temas?
2. ¿Desde los medios de comunicación, con quiénes nos estamos integrando / tejiendo redes para visibilizar los diversos temas con enfoque de género?
3. ¿Estamos haciendo esfuerzos aislados? O ¿aún no nos hemos iniciado en esta tarea?

1.4 Conceptos clave

En esta sección planteamos enfoques y conceptos que, sin ser exhaustivos, permiten al lector o lectora una mayor comprensión sobre la perspectiva y temática de género.

1.4.1 Igualdad de género, igualdad de las mujeres y equidad de género

La igualdad de género parte del reconocimiento de la libertad de todos los seres humanos, tanto hombres como mujeres, para hacer elecciones sin limitaciones de género a fin de desarrollar sus potencialidades personales. Por tanto, la igualdad de las mujeres consiste en poder ejercer su autonomía, autoridad y voz en la sociedad, teniendo implícito el mismo valor que los hombres (Equivalencias en Acción, 2016.b), con igual trato ante la ley, igual acceso a la justicia e igualdad de oportunidades de desarrollo. Esta última requiere una valoración desprejuiciada de las necesidades y aspiraciones específicas de las mujeres y de los hombres, y que sus logros sean favorecidos con equidad, es decir, considerando las medidas para reparar las desventajas que han llevado a la subordinación histórica de las mujeres y las limitaciones de acceso y control de los recursos necesarios para su desarrollo integral. Así, la equidad se refiere a la justicia en el tratamiento de hombres y mujeres, según sus necesidades respectivas, por tanto las oportunidades de desarrollo no tienen que ser necesariamente idénticas, sino que deben contemplar situaciones, condiciones y recursos iguales o diferentes, aunque equivalentes en términos de derechos, beneficios y obligaciones (Comisión Europea, s.f.; Porras y Molina, s.f.).

² Según informa Valli (2019) en su artículo del 03 de febrero en Perfil.

El trato de la ley y el acceso a la justicia debe ser igual, pero deben generarse las condiciones para que esta igualdad sea real y efectiva. Por ejemplo, muchas mujeres no colocan la denuncia en casos de violencia de pareja por miedo o temor a que incrementen las agresiones y en estos casos, para promover su acceso a la justicia, se debe crear una estructura programática y operativa que genere las condiciones para su protección y permitan la colocación de la denuncia. En el caso de la participación de la mujer en actividades tradicionalmente ocupadas por los hombres, como el deporte o la política, se propone una opción preferencial para la participación de mujeres en los programas deportivos o la implementación de una regla de paridad por género que suele exigir al menos un 40% de mujeres en las postulaciones en los cargos de elección pública. La igualdad no implica que hombres y mujeres deban convertirse en lo mismo, sino en lo mejor que cada uno pueda llegar a ser según sus capacidades y esfuerzos, sin impedimentos para la acción y sin coacción externa.

La igualdad de género así entendida, también se viabiliza en el sistema democrático a través de los medios de comunicación mediante su tratamiento informativo y formativo, en discursos que se alejan del sexismo y los estereotipos que encasillan a las mujeres en ciertos roles sociales, en la incorporación de la presencia y las voces de las mujeres, y en la promoción y defensa de sus derechos con especial atención en la creación de las ventajas necesarias que permitan reparar las desigualdades instituidas históricamente por el sistema patriarcal.

1.4.2 Género, sexo, identidades y orientación sexual

El **género** es el conjunto de características, normas, sentimientos, valores, actitudes, poder relativo e influencia que la sociedad atribuye a ambos sexos de manera diferenciada y fomenta en unos y otras mediante un proceso de construcción histórico-social, donde el ámbito familiar juega un papel importante (OMS, 2012; Porras y Molina, s.f.).

En vista de que el género está condicionado por el contexto histórico-social-familiar, podemos afirmar que hay culturas y subculturas donde se acortan algunas diferencias y otras donde se exageran.

Aunque generalmente nos referimos al enfoque de género para tratar las discriminaciones y desigualdades que afectan a las mujeres, también puede aplicarse para analizar situaciones específicas que suponen desventajas para el desarrollo de los hombres porque no es la biología lo que establece las discriminaciones, sino el género tal y como lo hemos definido, enfatizando la importancia cardinal de promover relaciones basadas en el reconocimiento de la dignidad humana de hombres y mujeres.

El **sexo** se refiere a las características y diferencias biológicas. Una persona nace con sexo masculino o femenino. En cambio el género, varón o mujer, se adquiere mediante el aprendizaje a partir de las atribuciones que una sociedad dada considera apropiados para cada sexo.

El sexo es biológico y el género una construcción social, con lo cual ser biológicamente diferente no tiene por qué implicar ser socialmente desigual

(Instituto Nacional de las Mujeres de México, 2007)

La **identidad de género** es el sentido que cada persona forja de sí misma como ser sexuado a partir de un proceso dinámico de construcción psicosocial basada en los atributos de género, que al mismo tiempo crea las nociones de alteridad necesarias en el desarrollo de sus relaciones humanas y en su accionar en el espacio social.

La identidad es el principal modo de orientación de los seres humanos en el mundo, dice a cada persona quién es, cómo es la gente que le rodea, qué esperar de sí misma y de los demás y cómo insertarse en la dinámica social, dependiendo del control material que se tenga de la realidad. La autopercepción de la posibilidad de control material puede favorecer o no la expresión de miedos, impotencias y otras emociones y condiciones que forman parte de lo humano (Argüello, 2012). Al construirse una identidad femenina asociada a incapacidades para ser exitosa en la esfera pública o una identidad masculina con limitaciones para la expresión de emociones como la ternura, se obstaculiza el desarrollo integral de las personas desde su propia psiquis.

Ese sentido de pertenencia que le define como persona sexuada puede corresponder o no con el sexo biológico. Hay niñas y mujeres que se sienten mujeres, niños y hombres que se identifican como varones, pero hay niños y niñas que no se identifican con su sexo asignado sino con el otro e incluso con ninguno de los dos, de manera que podemos hablar de identidad femenina, masculina y transgénero (Lampert, 2017).

La **orientación sexual** es el sentimiento profundo de atracción emocional, afectiva y sexual por personas de un género diferente al suyo, o de su mismo género, o de más de un género. Ello puede reflejarse o no en el mantenimiento de relaciones íntimas y sexuales con las personas objeto de atracción. En ese sentido, los seres humanos pueden tener una orientación heterosexual, homosexual (gays y lesbianas) o bisexual y expresarla o no a lo largo de su vida (Lampert, 2017).

1.4.3 Roles tradicionales y estereotipos de género

Los **roles tradicionales de género** son pautas de acción y comportamiento asignadas de manera diferenciada a hombres y mujeres, inculcadas a través de un proceso de socialización (en la relación con la familia, la escuela, los pares, la comunidad, los medios de comunicación). Constituyen rasgos normativos que sustenta la idea tradicional de que las mujeres pertenecen al ámbito privado (hogar), donde están protegidas y dan su amor y comprensión, mientras el hombre pertenece al ámbito público donde pone en práctica su fortaleza y alcanza sus éxitos. Sí bien es una realidad que las mujeres se han incorporado al mercado laboral y muchas logran carreras exitosas, en numerosas decisiones de su vida siguen teniendo un gran peso las expectativas sociales asociadas a los roles tradicionales de género.

Estos rasgos normativos que definen lo que tradicionalmente se considera el deber ser masculino o femenino se basan en esquemas o **estereotipos** en forma de imágenes e ideas simplificadas que, por una parte, cumplen la función positiva de facilitar el aprendizaje social para el desarrollo de la identidad y de la capacidad de interacción social, pero por otra, presentan limitaciones que pueden llegar a ser castrantes para el desarrollo de las personas, como es el caso de los estereotipos de género. Según Argüello (2012), la masculinidad supone, entre otros atributos, no tener nada de mujer, ser socialmente importante y exitoso, ser fuerte y tener permiso para hacer uso de esa fuerza; mientras que la femineidad se asocia con debilidad, docilidad, vivir para otros, comprensión y emotividad.

Una investigación del Centro de Estudios de la Mujer (CEM) de la UCV (citada por Kislinger, 2015), encontró que en Venezuela los medios suelen representar a las mujeres a través de los siguientes estereotipos:

Madre	Cuidadora
Bruta	Actriz/Títere
Objeto Sexual	Malvada, oscura, diabólica
Prostituta	Dependiente del hombre
Cuaima	Fastidiosa/amargada

En la complejidad de la realidad social, la internalización de rasgos socialmente deseables según el sexo asignado y el cumplimiento de las expectativas de roles tradicionales de género no son procesos mecánicos. Las personas y sus circunstancias de vida inciden en la formación de características andróginas positivas o negativas (personas con lo mejor o lo peor de los atributos de ambos sexos), siendo las primeras un factor importante favorecedor de salud mental (OMS, 2012; Rocha, 2009). Es importante tener en cuenta que ni los hombres entre sí son idénticos, ni las mujeres entre sí lo son, y también internamente en cada grupo hay diferencias notables. Pero los estereotipos de género actúan como un factor de evaluación del comportamiento. No pocas veces la génesis de la violencia está justamente en el desencuentro entre lo que ella quiere hacer, lo que hace y los estereotipos. La flexibilización de los roles de género y de los atributos que los definen a partir de una mirada que favorezca el desarrollo de cualidades positivas en mujeres y hombres, así como una distribución equitativa de responsabilidades en el hogar, es un reto de salud psicosocial en el que los medios de comunicación tienen la palabra.

1.4.5 Perspectiva de género y análisis de género

La **perspectiva de género**, también denominada enfoque de género, es la consideración de las diferencias entre mujeres y hombres para diagnosticar problemas, definir abordajes, valorar los resultados de acciones y políticas, así como para la valoración de instrumentos normativos de políticas públicas y de su ejecución o aplicación.

El **análisis de género** es el estudio de las diferencias de condiciones y situaciones de mujeres y hombres en el acceso a recursos y oportunidades de desarrollo, así como de la participación en la toma de decisiones en los diferentes ámbitos de vida y en el ejercicio de sus derechos. Este análisis operacionaliza estas variables y las relaciona con otras variables sociales y económicas, permitiendo identificar las relaciones de poder e inequidades implicadas en dichas diferencias (Porrás y Molina, s.f.)

1.4.6 Violencia de género contra las mujeres

La **violencia de género contra las mujeres** se ejerce en el marco de una relación desigual de poder entre hombres y mujeres que afecta la dignidad, integridad física y psicológica de las personas tanto en la esfera pública como en la privada. En el caso de la violencia contra las mujeres, la subordinación histórica social de éstas con respecto a los hombres está en el origen del problema. La violencia de género contra las mujeres toma diversas formas, incluyendo la violencia física, psicológica y verbal, entre otras. La violencia mediática y la violencia simbólica han sido reconocidas también como modalidades de violencia de género contra la mujer.

Cuando hablamos de la **violencia simbólica** hacemos referencia al concepto acuñado por Pierre Bourdieu (2000) para describir la violencia que los dominadores ejercen de manera indirecta, a través de significaciones sobre los dominados, sin que estos sean conscientes de ello e incluso colaboren con la dominación a la que se les somete. Estos significados se perpetúan mediante el desconocimiento, reconocimiento y resentimiento, en la medida en que justifican las condiciones sociales que los generan. En este concepto se identifica la dependencia, pero también la autonomía como cualidades y posibilidades que entran en juego para transformar los significados o las condiciones que los originan. Desde allí, afirmamos el carácter dinámico y dialectico de la violencia simbólica. En términos prácticos, la violencia simbólica establece un orden que pudiéramos llamar “status quo”, el cual sostiene las desigualdades, mientras no sea identificado y analizado críticamente, y cuya máxima expresión, según Bourdieu, es la dominación masculina. Aquí entran asuntos como la imposición de prácticas culturales o religiosas que discriminan a la mujer.

El modo en el cual suele representarse a las mujeres en canciones, películas, videoclips y sobre todo en la publicidad, es violencia simbólica. A través de ella, se acepta la imposición de un canon de belleza y de unos valores y modelos de comportamiento que sostienen y refuerzan su subordinación y contribuyen a crear una imagen colectiva desvalorizada de la mujer y lo femenino (Kislinger, 2015). Cuando estas representaciones de la mujer, en cualquier etapa de su ciclo vital, son realizadas por algún medio de difusión reproduciendo mensajes e imágenes discriminatorias y vejatorias que refuerzan los estereotipos tradicionales de género, naturalizan la violencia de género y distorsionan los avances y logros de las mujeres estamos hablando de **violencia mediática**. En el artículo 15 de la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia se definen la violencia mediática y la simbólica.

Uno de los recursos discursivos mediante los cuales se ejerce la violencia mediática y la violencia simbólica es la **cosificación**, la cual consiste en la acción de representar o tratar a una persona como un objeto que puede ser usado según el deseo de los demás, ignorando sus cualidades y habilidades intelectuales y personales, reduciéndola, por tanto, a un mero instrumento. La cosificación puede presentarse de diferentes formas, pero adopta principalmente la de objeto sexual. La cosificación de la mujer se expresa en el uso de imágenes segmentadas que muestran solo partes del cuerpo a las que se asigna contenido sexual, generalmente para la venta de productos o servicios, así como en la presentación de hechos, comportamientos, atuendos, formas de hablar que representan humillaciones con una carga sexual, sin consentimiento de la persona implicada. Estas formas de cosificación se pueden observar en la publicidad, las canciones, las películas, las novelas, los videos juegos, los programas de entretenimiento, las noticias, en objetos físicos, entre otros recursos que sirven de vehículo a la violencia simbólica (Moya, 2016; La cosificación sexual, s.f.).

1.4.7 Androcentrismo y Sexismo

Se denomina **androcentrismo** la visión del mundo y de las relaciones sociales centrada en el punto de vista masculino, asumida como la única válida y universal, lo que en consecuencia, invisibiliza las concepciones, propuestas y aportes de las mujeres (Peñuela, s.f.). A pesar de las barreras para su participación, las mujeres han sido parte del acontecer mundial y de la historia y vida económica, social, política, cultural y hasta científica de sus países, pero esa participación no ha sido contada como parte de la historia de la humanidad porque hasta el siglo XX, los hombres eran los únicos que tenían preparación para escribir la historia (Pérez, 2018). Ha sido recientemente que, a partir de referencias parciales, se ha planteado comprender la historia en su complejidad, incluyendo a la otra mitad de la población y por tanto, aprehenderla con mayor justicia.

Ejemplos del androcentrismo lo encontramos en el lenguaje, en el uso de artículos y sustantivos masculinos como genéricos para referirse también a las mujeres. También lo encontramos en prácticas como en la preparación de kits de emergencia en desastres naturales que no incluyen toallas sanitarias u otros insumos específicos para uso de las mujeres. Es más probable que alguien nos pregunte quién es tu jefe a quién es tu jefa, porque el patriarcado ha colocado al hombre en el centro de la toma de decisiones en todos los ámbitos de la convivencia (hogar, vecindad, trabajo, cargos públicos, etc.), alimentado esta visión androcéntrica.

Asociado al concepto de androcentrismo surge el de **sexismo**, entendido como una práctica discriminatoria en la cual se adscriben atributos personales y formas de comportamiento fijos a las personas, por el sólo hecho de pertenecer a determinado sexo. Ello conforma un sistema de expectativas que restringen y condicionan la posibilidad del desarrollo pleno para hombres o mujeres (Valle et al, s.f.) Las prácticas sexistas afectan principalmente a las mujeres a partir de un ideario que las considera inferiores o desiguales a los hombres por “naturaleza”. Pero también afectan a los hombres que muestran algún rasgo estereotipado como femenino. Es sexismo invisibilizar o hacer una subrepresentación de los logros de las mujeres en área tradicionalmente valoradas como “masculinas.” Igualmente, la descalificación, la burla o el menosprecio de hombres que muestran sensibilidad u otra cualidad valorada como “femenina”. También lo es tratar a la mujer como apéndice del hombre, entre otros ejemplos.

Tenemos entonces al patriarcado como una experiencia históricamente construida a partir de la división sexual del trabajo de hombres y mujeres en la que los primeros pasaron a tener el control de las segundas, el androcentrismo como la visión que se fue construyendo desde la experiencia patriarcal para interpretar el mundo desde los lentes masculinos, y el sexismo como las actitudes y prácticas discriminatorias por pertenecer a un sexo determinado, donde las mujeres han sido las más afectadas al recibir un trato de minusvalía apoyado en la visión androcéntrica de inferioridad de la mujer.

1.4.8 Femicidio o feminicidio

El **femicidio o feminicidio** no son sólo términos que surgen como alternativa al término neutro de “homicidio.” No sólo se refieren al homicidio de mujeres, sino que se trata del asesinato de mujeres por el hecho de ser mujer, es decir, por razones de género. Constituye la forma más extrema de la violencia basada en la desigualdad de género. Puede tomar dos formas: directo e indirecto.

El primero contempla los asesinatos por violencia doméstica, ejercida por la pareja o expareja; el cometido por uno o varios hombres en contra de una mujer que ejerce la prostitución o trabajo sexual; la agresión sexual que culmina en asesinato de una mujer a manos de un extraño; el cometido contra una mujer transexual y él o los victimarios la matan por su condición o identidad transexual; el cometido contra una mujer por su origen étnico o sus rasgos fenotípicos, por odio o rechazo hacia los mismos; los femicidios lesbofóbicos (rechazo a la identidad de género y a la orientación sexual no heterosexual); los fetidios (infanticidio por rechazo al género femenino); las muertes de mujeres y niñas cometidas en nombre del “honor”; los asesinatos de mujeres y niñas relacionados con situaciones de conflicto armado o con el pago de una dote.

El femicidio indirecto está asociado a las deficiencias de servicios de salud sexual y reproductiva (mortalidad materna y por abortos inseguros); muertes derivadas de prácticas culturales como la mutilación genital femenina; asesinatos vinculados al crimen organizado y a las actividades de las pandillas y bandas criminales como el tráfico de seres humanos y tráfico de drogas; la muerte de niñas o de mujeres por negligencia, privación de alimento o maltrato, así como actos u omisiones deliberadas por parte de funcionarios públicos o agentes del Estado (Russell, 2011).

Los dos términos se usan indistintamente, pero el segundo es el que hasta hoy ha sido aceptado por la Real Academia Española definiéndolo como el “asesinato de una mujer por razón de su sexo.” Ambos términos aparecen en las legislaciones de países latinoamericanos, aunque en Venezuela se emplea el término femicidio conforme a lo establecido en el artículo 15 de la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia.

1.4.8 Un cierre de esta propuesta de términos

Con estas definiciones no agotamos las herramientas conceptuales que las y los periodistas pueden requerir en su esfuerzo por incorporar el enfoque de género en su trabajo, por lo que animamos a los profesionales del periodismo a asumir el compromiso de ampliarlas y profundizarlas.

Queremos cerrar este punto definiendo la **desigualdad o discriminación de género** como toda acción de estereotipar, restringir u ocultar por razones de sexo, identidad u orientación sexual, que tenga como consecuencia el menoscabo y limitación del desarrollo integral de las personas y del ejercicio de sus derechos en igualdad de justicia y oportunidades. Esta desigualdad, se ha expresado históricamente con mayores desventajas personales y sociales para las mujeres, a quienes se les ha invisibilizado y restringido en su desarrollo.

PREGUNTAS PARA LA REFLEXIÓN



- ¿Recuerdas algún contenido sexista o discriminatorio de las mujeres que hayas visto o leído?
- ¿Qué es más importante en un primer momento a la hora de “alfabetizar” sobre la igualdad de género?
- ¿Qué conceptos y elementos deberían quedar claros para comprender cuál es la relevancia de la temática en nuestra sociedad?
- ¿Identificas algunas situaciones en tu vida personal, familiar o en tu ejercicio profesional que ejemplifiquen la discriminación de género?
- ¿Estamos dando espacios en nuestro trabajo periodístico para visibilizar los problemas de género, recursos y propuestas de soluciones?

CAPÍTULO 2



**VAMOS A LA PRÁCTICA
CON ENFOQUE DE GÉNERO**

2.1 Lenguaje no sexista

Aunque el sentido común parece indicarnos que el lenguaje es para describir y referirse a la realidad; Echeverría (2005), en *La Ontología del Lenguaje* plantea que crea realidades y es la clave para comprender los fenómenos humanos. Este autor nos habla de los actos lingüísticos y de los compromisos inmersos en ellos: afirmaciones, declaraciones, promesas y juicios. El lenguaje, expresado en estos actos, crea la realidad porque las palabras tienen consecuencias.

Hacemos afirmaciones o descripciones de la realidad que nos comprometen a la verificación de su veracidad. Si decimos que la violencia contra las mujeres ha incrementado, tenemos que mostrar los hechos y cifras que muestran las conductas violentas y que éstas se basan en las desigualdades de género. Cuando hacemos declaraciones sobre lo que está por ocurrir, se nos exige tener el poder de que se materialicen los acontecimientos o situaciones expresadas. Quien declara que es momento de visibilizar los logros de las mujeres en áreas no tradicionales o quien, como candidato a un cargo de elección pública, ofrece (la promesa también es una declaración) en un espacio donde hay una gran cantidad de mujeres, que disminuirá la brecha salarial de género, están obligados a estar en posesión de las competencias y condiciones para que ambos acontecimientos tengan lugar.

Cuando hacemos juicios nos comprometemos a su fundamentación. Decir, por ejemplo, que una persona o un grupo de personas ejercen violencia, nos demanda ser específicos, describir las manifestaciones de la violencia, la frecuencia, las circunstancias y momentos en los que ocurren.

Al hablar creamos una imagen de nosotros mismos y de la realidad que nos define, no solo por el contenido, sino por nuestra disposición ante las necesidades de verificación de lo afirmado y por nuestra responsabilidad y compromiso con lo declarado, prometido o enjuiciado. En un trabajo sobre las “Ventajas del Coaching asociado a la PNL” se presentan estas preguntas para valorar las realidades que creamos sobre nosotros mismos y el mundo en que vivimos:

¿Qué tipo de realidad crea quien hace afirmaciones incompletas, interesadas, irrelevantes o declaraciones y promesas que no se corresponden con el poder de realización? ¿Cuál es la realidad para quien no fundamenta sus juicios y no cumple sus promesas o para quien siendo objeto de promesas, no exige su cumplimiento? Al contrario,

¿Qué tipo de realidad crea quien hace afirmaciones relevantes, transparentes en cuanto a sus intereses; quién hace declaraciones y promesas respaldadas por su poder o emite juicios fundamentados y cumple o exige cumplimiento de las promesas? (Carrasco, 2016)

Difícilmente podría construirse una relación de confianza si procedemos según el primer lote de cuestiones. Lo que decimos hace que sucedan cosas: construimos desconfianza o confianza; favorecemos la construcción de una imagen positiva o negativa de nosotros mismos y de terceros que también podrán afectarse por las consecuencias de nuestros juicios; habremos cerrado o abierto posibilidades propias o ajenas. Tenemos la opción de modificar nuestras elecciones y juicios, decidirnos por perspectivas e interpretaciones que nos permitan construir un nuevo ser y un nuevo mundo. Como dice Echeverría, podemos “ser un observador distinto” teniendo presente que el lenguaje es “lo que hace de los seres humanos el tipo particular de seres que son” (2005: 21).

¿Y qué pasa con las afirmaciones, declaraciones y juicios que se callan o se omiten? ¿Hasta dónde estamos conscientes de estos actos silenciosos que también nos construyen a nosotros mismos y a terceros? Nos abrimos y cerramos oportunidades como mujeres o como hombres con lo que decimos y no decimos, con lo que hacemos y no hacemos. La elección de fuentes noticiosas, el uso permanente del masculino genérico, la valoración estereotipada de género y otros tratamientos sexistas tienen consecuencias.

Las elecciones que hacemos para nombrar o clasificar las situaciones y condiciones de las mujeres en el mundo no son casuales ni arbitrarias (aunque creamos que lo acabamos de inventar), ellas responden a una concepción de la mujer, de la relación hombre-mujer y de su lugar en el mundo. Ellas determinan una forma concreta de aproximarnos a su vida y de representarla e incidir en la forma que otros la representen, limitando o favoreciendo sus posibilidades de desarrollo. En esta forma de aproximarnos, no pocas veces, se cuele el androcentrismo.

El día 25 de marzo de 2015, el seguimiento de medios de comunicación venezolanos (6 impresos, 4 digitales, 3 radiofónicos y 4 televisivos) reflejó el siguiente perfil en el tratamiento de la mujer en la información (Medianálisis, 2015).



Por cada 7 hombres, hubo una sola mujer como tema central de las noticias.

En los temas más destacados de la agenda noticiosa para ese día: política, gobierno y economía (estos representaron el 52% de los tópicos) las mujeres tuvieron una presencia de 3% (economía) y de 11% (política-gobierno) y en el área social y legal alcanzaron un 22% sin que aparezcan como expertas o comentaristas en caso alguno. Tampoco fue mencionada mujer alguna en las noticias deportivas.

Cuando se trata de voceros del sector público y de vocerías del sector de la sociedad civil, los porcentajes son de 8% y 14%, respectivamente.

Como sujetos de información o protagonistas las mujeres aparecen un 23% de las veces. Sin embargo en las referencias de personas a cargo del hogar aparece un 75%, con lo que se refuerzan roles tradicionales de género.

En general, podemos afirmar que hay una enorme disparidad entre la representación de las mujeres y los hombres como fuentes y como protagonistas de información en los medios de comunicación. En todo caso, un mayor protagonismo está asociado a roles tradicionales de género. Esto contrasta con el hecho que en Venezuela la tasa de profesionalización de las mujeres es mayor a la de los hombres, lo que nos hace preguntarnos por qué no se consultan comentaristas y expertas en distintas áreas y por qué alcanzan porcentajes tan pequeños como sujetos en las denominadas “áreas fuertes”³ como la política, la economía, el deporte, la alta gerencia y la producción científica. Estas disparidades naturalizan los roles tradicionales de género: el hombre experto, de la calle y la mujer de la casa. En estos casos, los contenidos refuerzan las desigualdades de género en contra de las mujeres.

PREGUNTAS PARA LA REFLEXIÓN



¿Qué pasaría en el espacio público, si las audiencias comenzasen a leer, a ver y a escuchar a las mujeres sobre distintos ámbitos de la vida, sus interpretaciones sobre la economía, la política, las ciencias, entre otras tradicionalmente reservadas para los hombres?

¿Cuáles son los nombres de expertos y expertas que tenemos en la lista personal o en la del medio de comunicación para el cual trabajamos? ¿Cuántas son mujeres y cuántos son hombres?

¿Cuántas veces hemos preguntado a un representante gubernamental sobre su opinión, planes o programas en relación a temas dentro de la agenda de igualdad de género?

Así como se valora el contraste de fuentes ¿es la paridad de género un lineamiento editorial?

Si estamos en la calle buscando fuentes para cubrir una noticia, ¿buscamos la paridad de género?

¿Qué lugar ocupa en la agenda de los medios temas que permitan habilitar a la ciudadanía para el ejercicio de sus derechos? ¿Cuántos de estos temas se abordan con perspectiva de género? ¿Cuántos tienen que ver directamente con las situaciones y condiciones de vida de las mujeres?

³ Vamos a emplear esta denominación de “fuertes”, quizá inicialmente asociada al estereotipo masculino de fuerza, asumiendo que nos referimos a actividades cuyo desempeño requiere “fortalezas” que no son potestades de un género en particular. Su uso para referirse al desempeño de hombres y mujeres por igual le irá quitando el sesgo estereotipado de género.

2.2 Lo que no se nombra no existe

El lenguaje es lo que se dice, el cómo se dice y también lo que no se dice. El uso del masculino para describir realidades que afectan tanto a hombres como a mujeres constituye uno de los principales mecanismos de invisibilización y una de las razones por las cuales en algunos ámbitos existen pocos referentes femeninos. Es un lenguaje sexista ya que constituye un proceso de discriminación que afecta a las mujeres al no verse reflejadas de forma gramatical (OXFOM INTERMON, s.f.). Compartimos con periodistas y medios de comunicación la preocupación por la estética del lenguaje, por lo que volveremos a este punto en el apartado dedicado a las recomendaciones.

A continuación presentamos dos unidades redaccionales referidas a oficios y profesiones que hoy día desarrollan tanto hombres como mujeres. Hagamos una revisión con perspectiva de género.



LA VERDAD.com

INICIO SUCESOS DEPORTES POLÍTICA ECONOMÍA MUNDO ARTE Y OCIO ZULIA

ESPECIALES Clasificados

Choferes protestan por cauchos en Maracaibo

Eladio Júnior Pérez / Maracaibo / diariolaverdadweb@gmail.com

Choferes exigen la entrega de dos mil cauchos que se encuentran en un galpón de una empresa privada por más de tres meses. Alegan que más de 350 transportistas podrían ser beneficiados

Choferes marabinos exigen la entrega de unos dos mil cauchos frente a un galpón en la zona industria. (Foto: Archivo)

Al leer ese titular ¿imaginas que puede haber alguna choferesa que trabaja en el transporte público de Maracaibo y que además también protesta o solo te viene la imagen de hombres?

En la foto que acompaña esta noticia aparece una mujer a mitad de la foto que es apenas perceptible.

Fuente: <http://www.laverdad.com/zulia/145122-choferes-protestas-por-cauchos-en-maracaibo.html>



¿Cómo tratarías una noticia como esta para visibilizar el hecho de que las mujeres desarrollan oficios no tradicionales? Piensa en el momento de levantar la información, de redactarla y de ilustrarla

Veamos otro ejemplo



The screenshot shows a news article header from 'EL ESPECTADOR'. The title is 'Los 10 científicos que llegan al Congreso de Estados Unidos'. Below the title, it says 'Ciencia 3 Ene 2019 - 7:02 PM' and 'Por: - Redacción Vivir'. The main text reads: 'Estados Unidos acaba de enviar 10 nuevos científicos al Congreso, entre ellos un experto en océanos, una enfermera y un bioquímico. Aquí está la lista completa.'

Fuente: <https://www.elespectador.com/noticias/ciencia/los-10-cientificos-que-llegan-al-congreso-de-estados-unidos-articulo-832265>

En realidad son 11 y no 10 las personas profesionales mencionadas, de las cuales 5 son mujeres y 6 hombres

- **¿Por qué no se destaca la paridad casi perfecta entre hombres y mujeres congresistas profesionales en el copete o subtítulo?**
- **¿Por qué se selecciona la profesión de enfermera para ejemplificar en el subtítulo la presencia de mujeres profesionales?**

ACTIVIDAD:

Redacta la información mostrando la paridad de género y los logros de mujeres en profesiones tradicionalmente ejercidas por hombres

Esta es la lista de Congresistas que extrajimos de la información y puedes ver en el link:

Mujeres:

1. Jacky Rosen, programadora de computadoras.
2. Chrissy Houlahan, ingeniera industrial,.
3. Elaine Luria, ingeniera nuclear
4. Kim Schrier, pediatra.
5. Lauren Underwood, enfermera registrada.

Hombres:

1. Joe Cunningham, científico del océano.
2. Sean Casten, ingeniero bioquímico
3. Tim Gilpin, ex ingeniero aeroespacial y hombre de negocios
4. John Joyce, médico dermatólogo.
5. Jeff Van Drew, dentista.
6. Ami Bera, médico

2.3 ¿Qué podemos hacer para usar un lenguaje incluyente?

En este apartado presentamos un conjunto de recomendaciones para evitar el genérico masculino que invisibiliza a las mujeres.

RECOMENDACIONES

El uso del masculino genérico puede corregirse con los siguientes recursos. Para cada uno de ellos, proporcionamos algunos ejemplos que puedes ampliar en las siguientes referencias: Ayuntamiento de Terrassa, 2004; Ayuntamiento de Valencia, 2012; OXFAM INTERMON, S.F; Peñuela, s.f.; Porras y Molina, s.f.

Es importante que vayas construyendo tu banco de términos incluyentes que te permitan simplificar el lenguaje y evitar la discriminación.

- **Sustantivos genéricos que independientemente de su género gramatical se refieren a mujeres y hombres: persona, personaje, cónyuge, víctima, humanidad, especie humana**

Todas las personas tienen	en lugar de...	Todos tienen
Las víctimas del accidente		los afectados por el accidente
La humanidad		los hombres*
La especie humana		el hombre*

* ¡Cuidado con los términos “el hombre” o “los hombres”! Son falsos genéricos.

- **Sustantivos colectivos en singular**

La ciudadanía.....	en lugar de...	los ciudadanos
La vecindad		los vecinos
La población		los habitantes
La inmigración		los inmigrantes

• **Sustantivos abstractos que denotan cargos o funciones**

La gerencia.....	en lugar de...	los gerentes
El alumnado, el profesorado		los alumnos, los profesores
La jefatura		los jefes
La dirección		los directores

• **Uso de dos o más palabras para evitar el uso del masculino genérico (perífrasis)**

La población venezolana....	en lugar de...	los venezolanos
La clase política		los políticos
Las personas invitadas		los invitados
Todo el mundo sabe		todos sabemos

• **Omitir o sustituir pronombres y artículos por formas no marcadas por género**

Periodistas se reunirán	en lugar de...	Los periodistas se reunirán
Representantes de los gremios		Los representantes de los gremios
Quienes participan en...		Los que participan en...
Cada participante recibió un		Los participantes recibieron un

• **Usar la forma femenina o masculina según sexo o usar explicaciones que clarifiquen que nos referimos a hombres y mujeres**

Jóvenes, de ambos sexos,	en lugar de...	los jóvenes
Adultos mayores, de uno y otro sexo		los adultos
La jefa o el jefe		la jefa o el jefe
La ingeniera		La ingeniero

• **Usar fórmulas de desdoblamiento (solo en caso de no conseguir solución con los recursos anteriores)**

Las y los jóvenes	en lugar de...	los jóvenes
Funcionarias y funcionarios del		los funcionarios del
Las niñas y los niños		los niños
Se contratará un editor o una editora		Se contratará un editor



- ▶ Algunos medios utilizan el desdoblamiento solo en los titulares o en el subtítulo para destacar la presencia de mujeres y hombres.
- ▶ También se especifica el género desdoblado el artículo cuando el sustantivo termina con las letras “es” como jóvenes, o el singular en consonantes “n”, “r”, “l” como joven, líder, concejal.
- ▶ Sin embargo, en cargos y posiciones importantes tradicionalmente ocupadas por los hombres se han feminizado algunos términos y su uso frecuente ha llevado a su aceptación por la Real Academia Española (RAE) por lo que hoy día usamos lideresa, concejala, entre otros.
- ▶ Hay sustantivos que terminan en “ente”, participio activo del verbo ser y significa “el que realiza la acción de”. Por ejemplo: presidente, estudiante, delincuente. En esos casos, además de tener la terminación “e” que es un morfema neutro, por lo que se escribe igual en femenino o en masculino, significa quien preside, quien estudia o quien delinque, refiriéndose a una persona que es un sustantivo genérico y se marca el género con el artículo. No obstante, se comenzó a utilizar, por ejemplo, el término “presidenta” para destacar logros de las mujeres, es decir, porque se le consideraba políticamente una palabra correcta, la que también fue aceptada por la RAE.



Términos como modista, originalmente sólo en femenino porque era un arte desarrollado por las mujeres, se masculinizó cuando algunos hombres se hicieron famosos ejerciendo esa disciplina y comenzó a hablarse prontamente de modistos (dado el atributo estereotipado de que el hombre no debe hacer “nada de mujeres”). Este y otros vocablos se han masculinizado sin generar protestas de “expertos lingüistas.”

Por último, cuando hacemos desdoblamientos hay una tendencia a mencionar el masculino primero. Podemos variarlo y sobre todo cuidar la concordancia con el resto de los términos de la oración, teniendo en cuenta que no es necesario repetir todas las palabras de la frase con flexión de género. Basta duplicar en una ocasión las palabras que aluden a mujeres y hombres para visibilizar a ambos y contribuir a una representación mental incluyente de la realidad. Castro (2009) propone definir un criterio simétrico para establecer el orden y la concordancia, como la aparición alfabética y la adjetivación por proximidad (las niñas y los niños venezolanos, los concejales y las concejalas electas). Esto ya se aplica y es aceptado cuando el referente no son personas y cuando tratándose de personas, el adjetivo se encuentra antes del sustantivo (los columpios, ruedas y sillas deterioradas; vivía rodeado de sus queridas hijas y nietos). Una mayor aceptación dependerá del uso de este recurso. Antes de que públicamente se hablara de lenguaje inclusivo, ya de manera orgánica se usaba la barra o el paréntesis como recurso de inclusión tanto del femenino como el masculino. Hoy se sigue usando fundamentalmente en encabezamiento de cartas y correos electrónicos, así como en formularios que deben ser rellenados (“Sr. (a)”, “Querido/a”, “Domiciliado/a en:”, “Datos del/de la destinatario/a:”). Otros usos dificultan la lectura y pronunciación (“Debemos informar al (a la) evaluador (a)”, “el o la profesor/a”) por lo que suele descartarse su uso en las pautas editoriales.

Esperamos que estas fórmulas de inclusión pasen pronto a ser parte cotidiana del lenguaje y sólo se haga referencias a ellas para contar el esfuerzo realizado en su visibilización.

A continuación veamos algunos ejercicios de aplicación del lenguaje inclusivo



ÚltimasNoticias

Inicio » Slider » Autoridades y atletas celebraron en Caracas la Misa del Deporte

Autoridades y atletas celebraron en Caracas la Misa del Deporte

La primera Misa del Deporte se realizó el 6 de enero de 1945, cuando el padre Francisco de Paula Castillo Toro, párroco de La Pastora, realizó una misa en Caracas en memoria de los peloteros José Pérez Colmenares y Salvador Argüelles

Fuente: <http://www.ultimasnoticias.com.ve/noticias/slider/autoridades-y-atletas-celebraron-en-caracas-la-misa-del-deporte/>

Veamos algunos extractos de la noticia, con algunos subrayados nuestros:

Con un minuto de aplauso al desempeño que tuvieron los atletas venezolanos en el 2018, comenzó este domingo la tradicional Misa del Deporte que se llevó a cabo en la Iglesia La Divina Pastora de Caracas.

Los deportistas de las diversas disciplinas pidieron en esta ocasión además del descanso eterno de los beisbolistas fallecidos, por las nuevas glorias deportivas, por el equipo médico, por los entrenadores y profesores que son responsable de su formación integral, así como por los líderes políticos para que logren superar las dificultades que afectan la nación.

Ahora vamos a la práctica

- ¿Están en ese artículo las deportistas, las entrenadoras y las lideresas políticas? Consideremos que son áreas que tradicionalmente han sido ocupadas por los hombres.
- ¿Cómo nos define como personas omitir que hay mujeres en esos oficios y profesiones?
- ¿Qué pasa si desarrollamos la información con un lenguaje incluyente en una actividad que ha sido dominada por hombres?

Elabora una redacción alternativa de los párrafos seleccionados



Una nota en la que se citan textos de un tercero.



Fuente: <https://noticieros.televisa.com/historia/policia-federal-alerta-sobre-compartir-fotos-de-ninos-en-regreso-a-clases/>

Algunos extractos:

La Policía Federal dice:

“Como autoridades estamos obligadas a alertar a la población de los peligros de las redes sociales y el cómo les facilitamos el trabajo a los secuestradores, tratantes, en fin, cualquier tipo de victimario y este tipo de publicaciones en inicio escolar es lo que más esperan los delincuentes para elegir a sus víctimas”

La Policía Federal exhortó a padres y madres de familia a que tomaran conciencia sobre este riesgo

ACTIVIDAD:

Redacta de nuevo la nota, considerando las cuestiones planteadas a continuación

- ¿Qué refleja el título y la imagen que lo acompaña? considerando que en abril de 2018, Ana Lorena Delgado, integrante de la Fundación para la Justicia y el Estado Democrático de Derecho indicó, que en los últimos doce años se reportaron oficialmente al menos 5.452 menores desaparecidos de los cuales 3.217 son niñas y 2.235 niños (<https://www.sinembargo.mx/30-04-2018/3413470>), es decir, un 59% y 41% respectivamente.
- Si las declaraciones de un tercero tienen deficiencias en el enfoque de género ¿cómo podemos dar una visión más integral del tema planteado? En el texto, la policía habla de los secuestradores y el victimario. En ese tipo de delitos también participan mujeres como victimarias. ¿Cuánto se favorece la prevención al no transmitir una idea real sobre quienes son víctimas y victimarios?
- Como acierto de las declaraciones del tercero podemos apreciar que el llamado a la prevención se hace tanto a los padres como a las madres.

2.4 El tratamiento sexista

El **tratamiento sexista** es hacer uso de un lenguaje que refuerza los estereotipos de género y constituye una forma de discriminación. Podemos apreciar un trato paternalista, protector, condescendiente y hasta piropero que refuerza los estereotipos femeninos o un trato vigoroso y estimulante que promueve la masculinidad estereotipada. No es poco común que al hablar, por ejemplo, de mujeres destacadas en áreas tradicionalmente ocupadas por los hombres, se haga referencia a ellas como hermosas o encantadoras. Se habla de si son madres de, hijas de o esposas de, lo que no ocurre de la misma manera al hablar de los hombres de quienes se destacan las habilidades y competencias que los hacen exitosos en sus áreas de desempeño, sin destacar otros atributos personales. Este uso de términos que se aplican a las mujeres pero no a los hombres, que nada agregan a la información tratada, incluyendo el término “señorita” que no tiene una palabra equivalente para hombres, refuerzan en el imaginario colectivo los estereotipos y roles de género femeninos.

Veamos los siguientes ejemplos y trabajemos con ellos, evaluando su enfoque y proponiendo mejoras.

América Noticias » Espectáculos » 13.09.2018

Esposa del presidente francés Emmanuel Macron aparecerá en una serie de TV

Brigitte Macron será parte de una miniserie televisada en Francia

Foto: Independent.ie

Fuente: <https://www.americatv.com.pe/noticias/espectaculos/esposa-presidente-frances-emmanuel-macron-aparecera-serie-tv-n338631>

Extractos:

Brigitte Macron, la esposa del presidente francés, Emmanuel Macron, desempeñará su propio papel en un episodio de una miniserie sobre nadadores en un club para discapacitados, anunció la cadena pública France 2.

En el episodio, que será difundido el sábado, Brigitte Macron entra en el vestuario de los nadadores para hablar con ellos. Viste con el traje chaqueta azul cielo que llevó durante el traspaso de poderes entre el expresidente François Hollande y su sucesor, Emmanuel Macron, en mayo de 2017.

“Siento pánico”, asegura, muy sonriente, la primera dama y exprofesora de literatura y teatro, en el video sobre el episodio, en el que se la ve con el resto del reparto.

El presidente Macron también apareció brevemente en el documental ‘La traversée’ (La travesía), sobre mayo del 68, presentado este año fuera de competición en el Festival de Cannes.

EJERCICIO

- ¿Qué es lo que se destaca de Brigitte Macron?
- ¿Son realmente necesarias todas las descripciones que se hacen de ella? ¿Qué papel juega el comentario sobre la aparición de Macrón en el documental “La traversée”?
- ¿Se hablaría de la misma forma de un hombre con experiencia en arte teatral que retoma alguna actividad en su oficio por pequeña que sea?
- ¿Cómo prepararías y redactarías la noticia si quisieras destacar la experiencia en teatro de la protagonista? ¿Cómo titularías y subtitularías?

20 minutos Internacional Nacional Tu ciudad Opinión Gente y TV Cultura Deportes Más

DIRECTO El tiempo de este sábado: 24 provincias en alerta y decenas de carreteras afectadas por la nieve

Quién es Alexandria Ocasio-Cortez, la congresista más joven de EE UU

DOMINOTOS/ES 07/11/2018 - 11:06H

- Nacida en el Bronx el 13 de octubre de 1989, de madre puertorriqueña.
- Ganó en junio al veterano congresista Joe Crowley, uno de los inamovibles de su partido que llevaba en su escaño desde 1999.
- "Se supone que las mujeres como yo no nos deberíamos presentar al cargo", afirmaba la joven latina.



La candidata demócrata a la Cámara de Representantes de EE UU por Nueva York, Alexandria Ocasio-Cortez, tras votar en el Bronx, Nueva York. JUSTIN LANE / EFE

Fuente: <https://www.20minutos.es/noticia/3484749/0/alexandria-ocasio-eeuu-congresista-trump-elecciones/>

Extractos:

La razón de la victoria de Ocasio-Cortez la compartió ella misma en las redes sociales (...) Llamé a puertas hasta que la lluvia atravesó las suelas (se muestra imagen de zapatos rotos por debajo).

Feminista, socialista y millennial. Después del fallecimiento de su padre tuvo que asumir dos puestos de trabajo para ayudar a su madre... Graduada en Economía y Relaciones Internacionales por la Universidad de Boston, con tan solo 22 años montó una editorial de libros infantiles que mostraban el Bronx de una manera positiva. Alexandria trabajó como asistente para Ted Kennedy y fue miembro de la comitiva electoral de Bernie Sanders en 2016 en las primarias demócratas frente a Hillary Clinton. Es la líder oficiosa de un grupo de candidatas latinas conocido como las "insurgentes" por haberse enfrentado con éxito al "establishment" demócrata y que apoya políticas como el seguro médico para los ciudadanos, la universidad gratuita o la eliminación del Servicio de Inmigración y Control de Aduanas. Pertenece a la organización nacional "Democratic Socialists of America"...

EJERCICIO:

¿Cuál es la imagen que a través de las palabras y la fotografía se trasmite en esta unidad redaccional?

¿Cuáles crees que son los aciertos y desaciertos en el abordaje del artículo?

¿Qué destacarías, qué minimizarías u omitirías, y cómo lo harías, si la finalidad es valorar el desempeño de una mujer en una carrera política? Rehaz el artículo.

Algunos estereotipos comunes son:

- **Madre abnegada**
- **Ama de casa**
- **Dependiente y débil**
- **Bomba sexy**
- **Compradora compulsiva**
- **Habladora**
- **Incapaz de guardar secretos**
- **Misteriosa**
- **Bruja**
- **Celosa y dominadora (cuaima)**
- **Compulsiva e impulsiva**
- **Proveedor**
- **Aventurero**
- **Independiente, fuerte y aguerrido**
- **Galán o gígolo**
- **Autoridad en cualquier ámbito**
- **Racional y objetivo**
- **Asociados con la masculinidad tóxica: agresividad y dominio sobre mujeres**

Es posible que estas representaciones de hombres y mujeres se cuelen en las imágenes, en los testimonios que recogemos en las calles y sobre todo en las justificaciones de la violencia de género contra las mujeres.

En la construcción de la información, tenemos que huir especialmente de los siguientes estereotipos que encontramos más comúnmente en algunas piezas periodísticas:

- ***La mujer y sus “representantes” varones***

Traemos de herencia del patriarcado que la mujer debe ser representada por su padre, esposo, e incluso los hijos. Por eso cuando se hace referencia a una mujer es común decir: “la hija de”, “la esposa de” o “la madre de”, lo que puede no sonar tan mal si la noticia es el padre, el esposo o los hijos, pero cuando la noticia es ella ¿qué sentido tiene? ¿Se hace lo mismo cuando se habla de una figura masculina?

Se cree que en el hogar el que toma decisiones es el hombre y si lo hace la mujer, se dice que ella es quien “lleva los pantalones.”

- ***La mujer en la casa, “haciendo oficio” y cuidando los hijos/as***

Cualquier información sobre la mujer suele ir acompañada de alguna referencia a que es madre y tiene hijos/as, no importa si el tema se refiere al liderazgo político o a algún otro asunto público. Se puede llegar al extremo de decir, por ejemplo, que Angela Merkel es la madre de Alemania, pero difícilmente encontraremos en un reportaje sobre Donald Trump u otro gobernante, decir que es el padre de la Nación.

Cuando se hace alguna reseña de un accidente en el hogar donde las hijas e hijos quedan afectados y padre y madre estaban ausentes, no pocas veces se deja implícitamente la interrogante ¿qué hacía ella en la calle? aunque muy rara vez se hace esta misma pregunta sobre el padre.

- ***La mujer no tiene autoridad o fortalezas para ocupar puestos de alta gerencia***

Aunque las mujeres han demostrado que tienen las mismas capacidades que los hombres para ocupar altos cargos y dirigir equipos, no falta quien aborde este asunto como si la mujer con este tipo de habilidades y talentos fuese “superdotada” u “hombruna” y, en todo caso, fuera de lo común.

- ***Los hombres modernos colaboran con las responsabilidades de la casa y con labores de crianza***

En realidad las tareas domésticas y de crianza deberían ser compartidas con equidad. Esto es igualdad de género, pero se suele calificar la participación del hombre como algo excepcional o como una “ayuda” o “colaboración” con la mujer. En general se vende la idea estereotipada del hombre proveedor más que la de colaborador.

2.5 Omisiones e infrarrepresentaciones de las mujeres en las actividades “fuertes”

Con las revisiones sobre el uso frecuente del masculino genérico, de las omisiones y el tratamiento sexista hemos visto cómo los medios de comunicación tienen la palabra para generar cambios necesarios que contribuyan a la superación de la desigualdad de las mujeres.

La participación de las mujeres en ciertas áreas tradicionalmente ocupadas por los hombres como el deporte, la política, las carreras técnico-científicas y la economía, sigue siendo baja. El reto está en visibilizar comunicacionalmente tanto las brechas entre hombres y mujeres como los logros de éstas últimas en estas áreas “fuertes.”

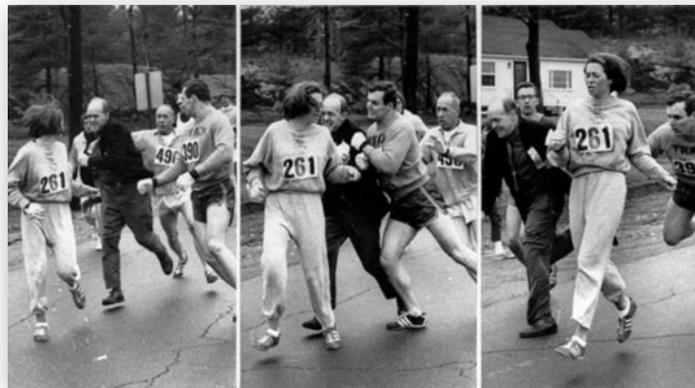
A continuación mostramos algunas cifras de la participación de las mujeres en las Cámaras Bajas o Únicas del poder Legislativo, en cargos políticos por designación, en la dirigencia empresarial y en la investigación:



1. En América Latina, hasta el año 2014 las mujeres representaban un 23.3% de las Cámaras Bajas/Únicas, y un 24% en las Cámaras Altas, Venezuela está entre el grupo de países con menor representación con cifras menores al 20% (Llanos y Rozas, 2015).
2. En cuanto a la ocupación de cargos políticos por designación, la región presenta en el 2014 a un 25.5% de mujeres en gabinetes, lo que representa un incremento de 183.3% en comparación con el 9% alcanzado en 1990.
3. En el mundo laboral, según un estudio tipo encuesta realizado por HAYS (2016) el 82% de las mujeres quiere alcanzar una posición de liderazgo en su carrera, pero el 79% de los máximos dirigentes empresariales del mundo son hombres.
4. A nivel mundial, las mujeres representan el 28,8 % de quienes se dedican a la investigación (ONU Mujeres, 2018).

Se ha avanzado en la región en la introducción de normativas de paridad de género en las candidaturas para cargos de elección. En Venezuela, la CRBV de 1999 expresamente señala en su artículo 21 la importancia de las medidas positivas para grupos históricamente marginados. Algunas empresas también han incorporado políticas de conformación de cargos de mediana y alta gerencia con participación equilibrada de hombres y mujeres. El hecho de que las mujeres se estén acercando a un tercio de quienes se dedican a la investigación es un logro importante, sin embargo, sigue siendo un reto una mayor paridad en todas estas áreas.

Tenemos referencias de la incursión de la mujer en competencias deportivas desde la segunda mitad del siglo XX. Una imagen emblemática es la de Kathrine Switzer, a quien vemos en una composición fotográfica del Boston Herald (Vitónica, s.f.) en una reseña de mujeres que son historia del deporte. Kathrine fue la primera mujer en participar de forma oficial en la maratón de Boston del año 1967, actividad realizada hasta entonces solo por los hombres.



Según el portal El Español hay en España una deportista mujer por cada cuatro hombres. No tenemos cifras mundiales, regionales ni nacionales. Nos preguntamos si se les da la misma visibilidad en los medios de comunicación. ¿A cuántos deportistas hombres y a cuantas mujeres podríamos nombrar en este momento? ¿En cuántas mujeres hemos pensado? ¿Hasta qué punto la representación que se hace de ellos y ellas en los medios nos ayuda o limita a hacer este breve ejercicio?

Así como en otras áreas de desempeño, existen brechas de género por los ingresos devengados en el deporte profesional. Según datos aportados por La Silla Rota (2018), entre los 100 deportistas mejor pagados, solo hay 1 mujer (Serena Williams), mientras que el patrocinio del deporte femenino apenas alcanza un 0,4% del total de patrocinios de los deportes.⁴ Estas diferencias presupuestarias explican algunos hechos que también influyen en el menor reconocimiento del desempeño de mujeres deportistas como el horario de transmisión de las competencias; por ejemplo, las finales de tenis femenino suele transmitirse en horario matutino y la de tenis masculino en horario estelar.

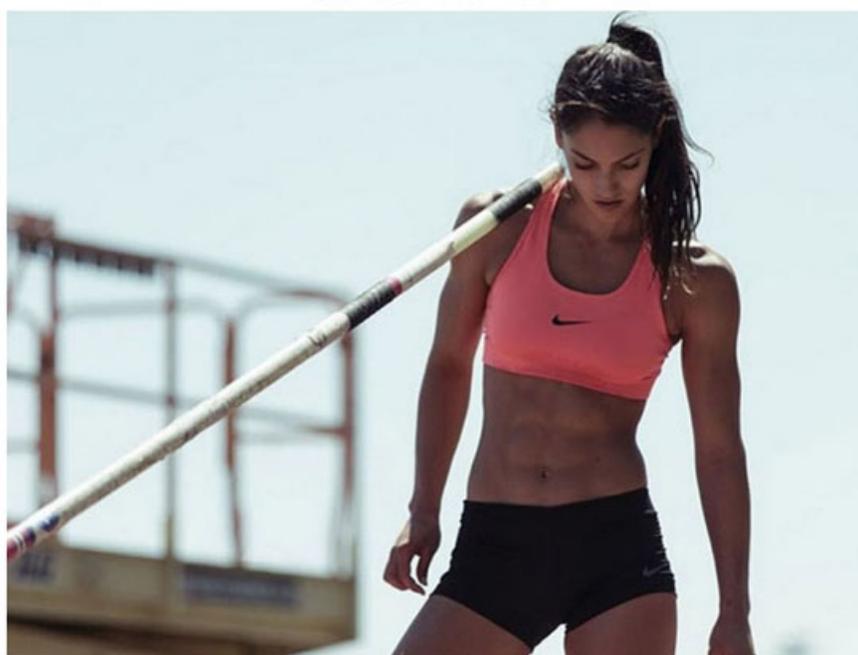
Cuando los medios visibilizan a las mujeres deportistas suelen referirse a sus atributos físicos y no a sus capacidades y talentos. Vemos a continuación un artículo de El País donde se reseñan los estereotipos de género en los reportajes sobre las Olimpiadas de Río en el año 2016.

⁴ En el artículo se menciona el fútbol, el tenis y el golf.

Los 10 titulares más machistas de los Juegos Olímpicos de Río

Listas de "buenorras", "mujeres de" que ganan medallas o deportistas simplificadas a "bellezas rubias de ojos azules". Recopilamos los casos más sangrantes de sexismo en la cobertura de la competición.

CLARA FERRERO | 09 AGO 2016 14:45



"Da gusto verla" o "consiga medalla o no nosotros estamos orgullosos de ella", algunos de los comenarios sobre la saltadora de pértiga Allison Stokke. FOTO: INSTAGRAM @ALLISONSTOKKE

Fuente: <https://smoda.elpais.com/moda/actualidad/los-8-titulares-mas-machistas-de-los-juegos-olimpicos-de-rio/>

Extractos:

(los subrayados son nuestros)

"Da gusto verla" o "consiga medalla o no nosotros estamos orgullosos de ella", algunos de los comentarios sobre la saltadora de pértiga Allison Stokke.

"Guendalina Sartori, Lucilla Boari y Claudia Mandia no tuvieron bastante con perder el bronce ante China. Las tiradoras, que quedaron en cuarta posición, fueron presentadas por el diario deportivo italiano QS Quotidiano Sportivo como las "gorditas" que estuvieron a punto de alcanzar el milagro olímpico."

“¿Es Allison Stokke la atleta más bella del mundo?”. Con esta frase empieza un ¿artículo? de Marca Buzz cuyo único cometido es cosificar a la saltadora de pértiga Allison Stokke. Sin citar en ningún momento sus logros deportivos.”

“La mujer de un línea de los Bears ha ganado hoy una medalla de bronce en las Olimpiadas de Río”, tuiteaba el Chicago Tribune después de que la tiradora estadounidense Corey Cogdell se hiciera con el tercer puesto en la categoría de tiro al plato...”

“A pesar de que en los Juegos Olímpicos de 2016 casi el 50% de los deportistas son mujeres (el 45% para ser exactos) y de los impresionantes logros deportivos que están consiguiendo, muchos medios se niegan a reconocerlas como algo más que un trozo de carne. Así lo corrobora un estudio de la Universidad de Cambridge que acaba de ser publicado y que afirma que los medios de comunicación tratan de forma distinta la información deportiva según si el protagonista es un hombre o una mujer. Es la conclusión a la que han llegado tras analizar 160 millones de palabras de diarios, blogs y redes sociales. Los hombres reciben tres veces más espacio o tiempo en la información deportiva que las mujeres y, para colmo de males, las palabras más usadas con ellas son “edad”, “embarazada” o “soltera”, mientras que “rápido”, “fuerte” o “fantástico” son los adjetivos más empleados cuando se habla de ellos”.

Los estereotipos de género dificultan apreciar y reconocer el desempeño de mujeres en oficios o profesiones que han sido tradicionalmente desempeñadas por hombres. Es el caso del mundo del deporte, de la alta gerencia, del mundo laboral y científico, así como en la política. Hemos visto que los mecanismos que perpetúan las brechas comienzan con la elección que hacemos de nuestras fuentes noticiosas consultadas, continúan con el ocultamiento de las mujeres a través del uso del masculino genérico y se evidencia de manera más clara con el tratamiento sexista de la información.

2.6 Recomendaciones para normalizar la participación de mujeres en áreas "fuertes"

En este apartado haremos algunas recomendaciones y retomaremos otras que están planteadas a lo largo del manual y sobre las cuales ya hemos presentado algunos ejemplos.

- 1** Dar el mismo tratamiento a las personas, independientemente de su sexo, refleja que tienen la misma importancia.
- 2** Preguntarnos si estamos tratando de forma diferente a hombres y mujeres. La regla de oro de la inversión nunca falla. La pregunta si estamos hablando de una mujer o de mujeres: ¿abordaríamos este caso o diríamos lo mismo si se tratara de un hombre o de hombres? Y viceversa.
- 3** Citar de la misma forma a hombres y a mujeres: con nombres y apellidos, sin resaltar atributos físicos y sin referirnos a su situación marital o sentimental (a menos que sea relevante o necesario).
- 4** Normalizar la presencia de mujeres en todos los sectores: político, técnico científico, económico, deportivo, presentando estadísticas desagregadas por sexo, la evolución de las tasas de participación y dar explicaciones fundamentadas y contextualizadas de las diferencias encontradas.
- 5** Tener presente el fenómeno denominado techo de cristal, es decir, las limitaciones en las carreras profesionales de las mujeres que les impiden seguir ascendiendo de la misma forma que lo hacen sus colegas varones.
- 6** Brindar informaciones protagonizadas por mujeres en roles positivos y activos, obviando todos aquellos datos que resulten irrelevantes al desempeño de dicho rol: aspecto físico, forma de vestir o relaciones personales que mantienen fuera del área de competencia.
- 7** Trabajar en normalizar en lugar de infantilizar o ser paternalistas cuando hablamos de mujeres. Se trata de presentar a la mujer tan capaz como el hombre de tener opiniones propias, tomar decisiones y de ser responsable, en lugar de tratársele como si estuviera disminuida en dichas capacidades o fuera menor de edad.
- 8** Evitar hablar de "las mujeres" o de "la mujer" a modo de colectivo homogéneo (generalizaciones) o apelar a la excepcionalidad para explicar sus logros presentándolas como "supermujeres" que "concilian" a la perfección su desempeño en la vida familiar y pública. El grado de conciliación del ámbito privado y público de cualquier persona, no debe ser enjuiciado.
- 9** Aunque es justo reconocer el apoyo de otras personas (hombres o mujeres) a las mujeres en el desarrollo de algunos oficios o profesión, no perder de vista que ellas son exitosas por sus propias habilidades y perseverancia.
- 10** Evitar descripciones que perpetúen los roles tradicionales de género y nada tienen que ver con la información, lo que es muy notable cuando se hace referencia a mujeres en áreas "fuertes."
- 11** Mantente consciente de las trampas a las que nos someten los mensajes estereotipados.

2.7 La discriminación de género oculta en grandes temas

Es frecuente el tratamiento de temas de gran relevancia social como la pobreza, la migración y la salud, entre otros, los cuales cruzados con la diversidad cultural, funcional y de identidades suelen esconder las discriminaciones hacia las mujeres. A continuación revisaremos estos temas y cerraremos este apartado con un ejemplo del tratamiento de la migración.

2.7.1 Pobreza

Cuando analizamos la pobreza solemos invisibilizar la problemática que viven las mujeres que se encuentran en tal situación. Ya hemos señalado que la pobreza afecta en mayor medida a las mujeres que a los hombres. Ahora diremos que también las afecta de forma distinta por cuanto las expone a situaciones de mayor vulnerabilidad y exigencias.

En Venezuela ha habido un incremento continuo de hogares con jefatura femenina, según el análisis de Ponce y Di Brienza (2012) a partir de datos del Censo Nacional de Población y Vivienda de los años 1990 y 2011. La proporción pasó de 21% a 39% en este lapso pero en los hogares pobres esta proporción es mucho mayor, con una variación que podríamos estimar alrededor de un 50% por encima. En el caso de los hogares monoparentales la proporción es de 1 hombre jefe de hogar por cada 9 mujeres jefas. Según datos del Boletín de Género del INE, para el año 2013 por cada 100 hombres en situación de pobreza había 107 mujeres; y por cada 100 hombres en situación de pobreza extrema, había 112 mujeres (Instituto Nacional de Estadística, 2014).

Otro factor que se cruza en el análisis de la pobreza es el tema de los ingresos, donde las brechas representan otro factor de vulnerabilidad al igual que las tareas de cuidado y crianza, asumidas casi exclusivamente por las mujeres en un marco desprovisto de políticas públicas al respecto y pocas o débiles redes de apoyo, lo que al mismo incide en menores ingresos. A su vez, las brechas de ingresos se acentúan a medida que la escolaridad es menor y esto está directamente asociado a la situación de pobreza y a las posibilidades de su superación. Los hogares no pobres presentan una relación de menor dependencia (31 niños y niñas por cada 100 personas en edades productivas) que los hogares pobres (entre 52 a 93 infantes por cada 100 dependiendo de la clasificación de pobreza), y como se ha indicado ya, en los hogares pobres donde la mujer es jefa de hogar hay más riesgos por las limitaciones ya señaladas (Ponce y Di Brienza, 2012). La pobreza también tiene manifestaciones diferentes en las áreas urbanas, en las rurales y en las poblaciones indígenas. Y en cada una de ellas, podemos identificar carencias diferentes por género e identificar obstáculos también específicos que dificultan salir de la pobreza.

2.7.2 Migración

Hoy casi la mitad de las personas migrantes en el mundo son mujeres, sin embargo, esto no se refleja en el abordaje que hacen muchos medios sobre el tema. En Venezuela, la migración comenzó a dar señales importantes desde el año 2014 y se ha convertido en un problema de grandes dimensiones debido tanto a la precariedad de las condiciones de vida y de seguridad pública como a situaciones de persecución política que se viven en el país. En general, el tratamiento periodístico deja fuera a mujeres y niñas al contar los relatos en masculino o refuerza los estereotipos de género cuando se infantiliza a las mujeres o se les asocia con una figura masculina tutora.

Los relatos sobre migración deben reflejar, además de los problemas comunes que afectan a las personas migrantes, aquellas situaciones específicas en la que se encuentran los hombres y las mujeres. Por ejemplo, si bien ambos grupos están afectados por la precariedad de las condiciones de trabajo, en el caso de las mujeres, el trabajo informal y las dificultades de acceso a servicio de salud materna o de planificación familiar constituyen una clara desventaja para ellas.

2.7.3 Salud y factores socioambientales

La salud es otro de los temas de frecuente abordaje en los medios de comunicación. En general se asume como un tema que afecta a todas las personas por igual con la excepción de la salud sexual, materna y de planificación familiar donde está directamente implicada la mujer en todo lo relacionado al ciclo reproductivo. Asociado a este tema de salud está el de los derechos de la mujer sobre su cuerpo, y la morbilidad y mortalidad relacionados con la insuficiencia, deficiencia y limitaciones legales para el acceso a servicios de salud. Estos son problemas que afectan diferenciadamente a las mujeres según el nivel socioeconómico y el ámbito geográfico. Otros problemas de salud suelen tener mayor prevalencia en las mujeres que en los hombres, o viceversa.

La deficiencia de servicios y la contaminación o escasez de agua potable son factores sociales y ambientales que afectan la salud y las condiciones de productividad de todo el mundo, pero afecta marcadamente a las personas con más desventajas económico-sociales. Allí son más notables afectaciones diferenciadas debido a roles tradicionales de géneros. Las mujeres dedican diariamente gran parte de su esfuerzo en lidiar con la disposición de la basura, la deficiencia de energía eléctrica, la búsqueda de agua para el consumo y la realización de labores domésticas y de cuidado; labores en las cuales también participan niños y niñas en detrimento de la asistencia escolar.

El abordaje de temas de salud y de los factores socioambientales que la condicionan requiere del análisis de las afectaciones que en forma diferenciada se producen en las mujeres y en los hombres debido al ejercicio de roles tradicionales de género (a la par del cuestionamiento de dichos roles). Sólo así es posible identificar las acciones macro y micro que puedan hacerle frente a los problemas de salud y obtener resultados justos y sostenibles para hombres y mujeres.

2.7.4 Diversidad cultural, funcional y de identidad

Al hablar de mujeres musulmanas, afrodescendientes, indígenas, entre otros ejemplos, solemos ver cómo los estereotipos de género se expresan tanto en el lenguaje como en las imágenes, colocando velos a la información social, económica o política que se está tratando. Es frecuente la sexualización de la imagen de la mujer afrodescendiente, la idea de misterio o sometimiento de la mujer musulmana escondido en sus atuendos, así como la fragilidad de la mujer indígena y de la mujer que vive en situación de pobreza o con alguna diversidad funcional. Es importante transmitir, por una parte, que ellas existen, que no se pueden ocultar con el uso y abuso del masculino genérico. Por otra parte, es necesario mostrar las especificidades de las situaciones que ellas viven cuando se habla de temas como pobreza, migración o salud, permitiendo ver tanto las carencias reales como sus luchas y logros, reconociendo y respetando la diversidad. Se requiere hacer saber que están afectadas por problemas sociales relevantes, que juegan un rol en la solución de los mismos y que sus capacidades de emprendimiento se ponen en juego en el día a día. Destacar la ausencia o insuficiencia de oportunidades para su desarrollo también es relevante. Por ejemplo, las dificultades que tienen las niñas y adolescentes indígenas en acceder a la educación o a servicios de salud en sus comunidades. En otras palabras, es muy importante normalizar la presencia de mujeres diversas, sus actuaciones, oportunidades, luchas y logros.

Las mujeres lesbianas, bisexuales y transexuales suelen ser representadas por los medios de comunicación mediante chistes (en programas cómicos o de revistas matutinas) o sólo cuando han sido víctimas de algún tipo de violencia, incluyendo la sexual. Además de los prejuicios de género que explican el inadecuado abordaje de las identidades sexo diversas, se suma a esta situación el desconocimiento de la identidad sexual como proceso dinámico y complejo que trasciende el binomio masculino-femenino y el vacío legal en la visibilización de la diversidad sexual.

En el caso específico de las personas trans (transexuales o transgénero) se hace referencia a las mujeres trans en masculino. Muy poco se habla de opiniones y logros de estas personas, como lo hacen de mujeres y hombres comentaristas, con cierta experticia o éxito. Es necesario aclarar que no se trata de mujeres que quieren ser hombres ni de hombres que quieren ser mujeres o que están atrapadas en un cuerpo equivocado. Se trata de una identidad que es producto de un proceso complejo a partir del cual se construye el sentido que cada persona forja de sí misma como ser sexuado. Por esta razón es necesario hablar de las personas transexuales según el género con el que se identifican (Tamara Adrián es una mujer trans que ha librado una lucha por su reconocimiento como tal, siendo además de activista en la defensa de los derechos de la población LGBTI, la primera diputada trans electa por voto popular en Venezuela).

Cualquier análisis de la pobreza, la migración, la salud, entre otros temas, cruzados con la diversidad cultural, funcional y de identidades, constituye una oportunidad para normalizar la presencia, actuaciones, oportunidades, luchas y logros de las mujeres y de mujeres lesbianas, trans o bisexuales. Con ello, comenzaremos a deshacer esa visión estereotipada que refuerza las desigualdades de género.

RECOMENDACIONES



- ▶ Evitar el abuso del masculino genérico. Normalmente leemos “los pobres”, “los migrantes”, “los indígenas”, pero sería conveniente hablar de “la población que vive en pobreza”, de “las personas migrantes, refugiadas o solicitantes de asilo”, de la “población indígena”. De esta manera, no invisibilizamos a las mujeres que se encuentran presentes y que en general representan a la mitad de la población.
- ▶ Buscar datos desagregados por sexo y hacer cruces con variables con potencial de cambio como educación, pertenencia a grupos organizados, entre otras.
- ▶ Dar voz por igual a hombres y mujeres en estos temas, sea “on the record” u “off the record.”
- ▶ Contar con una fuente bibliográfica sobre los temas tratados y hacer consulta a centros de investigación de universidades, cátedras de la mujer, organizaciones de mujeres, observatorios de derechos humanos, en general, y de los derechos de la mujer, en particular. Explorar la documentación de organismos internacionales como ONU Mujeres, UNESCO, PNUD, UNICEF, entre otros.
- ▶ Evitar hacer juicios de valor sobre el ejercicio de la maternidad de mujeres en situación de pobreza, migrantes, refugiadas, etc., como tampoco lo haríamos sobre los padres y su responsabilidad paterna. En ambos casos, el abordaje debe ser comprensivo y muy bien contextualizado.
- ▶ Es importante recoger las especificidades a la que se enfrentan las mujeres en situación de pobreza, migrantes, refugiadas, indígenas, etc., sus carencias y dificultades para acceder a servicios, particularmente a aquellos asociados a su condición de mujer, al tipo de agresiones a las que están más expuestas como las agresiones sexuales.
- ▶ Es necesario hablar de las personas transexuales según el género con el que se identifican y no con el que las vincula la biología.
- ▶ Debemos contar testimonios de mujeres y de mujeres lesbianas, bisexuales y trans y visibilizar sus realidades como personas independientes, sin ser paternalistas y sin infantilizarlas.
- ▶ Reflejar la variedad de roles, ocupaciones, situaciones e identidades de las mujeres que viven en situación de pobreza, que migran o pertenecen a una raza o grupo cultural específico y no hablar sólo de los problemas que las afectan, sino, y esto es fundamental, destacar su empoderamiento en la situación particular que se analiza.
- ▶ Es importante contar con mujeres diversas en culturas, razas, identidades y situación social como comentaristas y voces expertas, fuentes de información, no solo en temas que les afecten directamente, sino también en otras problemáticas en las que están preparadas por experiencias o estudios para dar su opinión y ofrecer orientaciones.
- ▶ Presentar información de contexto, destacando tanto los obstáculos presentes como los recursos y herramientas que ofrece.
- ▶ Por último, es tan importante visibilizar las discriminaciones por cuestiones de género como los avances que se están dando en su superación.



Veamos el siguiente ejemplo, referido a la migración de África hacia Europa.



Fuente: <https://www.eltiempo.com/mundo/africa/rutas-de-la-migracion-desde-africa-hacia-europa-247820>

Extractos:

La Organización de Naciones Unidas aseguró que, en lo corrido del presente año (2018) al menos 53.269 migrantes llegaron al ‘viejo continente’.

Pero no todos corrieron con suerte. Según las autoridades, se registraron 1.492 muertes de personas que intentaban llegar a Europa.

De esa cifra, 1.141 migrantes provenían de regiones desconocidas.

Quienes más sufren durante las travesías por el Mediterráneo son los menores de edad, quienes se enfrentan a la explotación, el abuso sexual y el tráfico ilegal.



EJERCICIO

Responde a las siguientes preguntas y haz una nueva versión del artículo con la finalidad de incluir a las mujeres y mostrar la superposición de discriminaciones.

1. ¿Están las mujeres incluidas en los textos e imágenes?
2. ¿Hay alguna distribución diferenciada por edad entre hombres y mujeres?
3. ¿A cuáles peligros están más expuestas las mujeres y a cuáles los hombres que migran?
4. ¿Cuáles de esos peligros se asocian con la condición de género y cómo es la afectación cuando se cruza sexo y edad?

Te recomendamos buscar cifras desagregadas por sexo de organismos como la ONU, la OIM, ACNUR y de observatorios y centros de investigación que tienen la migración como tema central de interés.

2.8 Lo que las imágenes dicen

Solemos decir que una imagen vale más que mil palabras y con frecuencia contradice lo que juiciosamente preparamos en el discurso, bien como imagen asignada al relato o por proximidad al espacio del mismo. Es posible negar el liderazgo de la mujer en el desarrollo de un oficio o profesión cuando la foto, lejos de mostrarla en las tareas relacionadas con su ocupación, la muestran resaltando sus atributos físicos o en una imagen con su familia, lo que no haríamos cuando hablamos de una figura masculina. También se desdibuja un planteamiento sobre las luchas por la igualdad de las mujeres cuando se coloca próxima a esta información una publicidad en la que se les cosifica haciendo uso de la imagen femenina como símbolo sexual o como premio asociado a la venta de un producto.⁵

Sabemos que gran parte de las imágenes que se emplean para acompañar un discurso en los medios de comunicación son tomadas de archivos que no necesariamente se corresponden con el momento o situación a la que se hace referencia. Ello aligera tiempo y alivia costos. Pero precisamente por esto, es necesario ser cuidadosos con la selección de las mismas y es esencial que todo el equipo de redacción reciba unas pautas mínimas en temas de género para aplicar en la selección de fotos e ilustraciones de los temas tratados, incluyendo en la elaboración de mensajes destinados a las redes sociales. En ese sentido, es importante contar con un banco de recursos de imágenes que rompan estereotipos de género

⁵ Si bien la publicidad suele ser una decisión de los dueños de medios y no del equipo editorial, la necesidad de coherencia entre un discurso con enfoque de género y las imágenes que lo acompañan, puede verse afectada por la utilización de avisos publicitarios que refuerzan los estereotipo de género, materia ya cuestionada y sometida a regulaciones en el Reino Unido por la Autoridad de Estándares de la Publicidad (ASA, por sus siglas en inglés) en julio de 2017.

Oficios del hogar



Profesiones



Normalización de la variedad de las mujeres





1. Presentemos imágenes de hombres y de mujeres desempeñando roles distintos a los tradicionalmente asignados. Por ejemplo, para ilustrar un tema de conflicto del sindicato de transporte, mostremos a hombres y a mujeres, si es un tema de salud, revelemos a una médica apoyada por un enfermero.
2. Brindemos imágenes de mujeres que tienen altas posiciones en áreas que tradicionalmente habían sido ocupadas por hombres.
3. Cuando se abordan temas como la migración es menester no mostrar imágenes que pongan en riesgo a las personas por su condición de ilegalidad. El mismo cuidado debe ponerse cuando se trata de hechos o denuncias en las que la denunciante ha pedido protección.
4. Representemos a las mujeres en toda su diversidad y pluralidad de modelos corporales, grupos de edad, razas, desempeños y profesiones.
5. Evitemos imágenes que cosifiquen a las mujeres o presenten atributos que refuercen estereotipos de género como “débil”, “indefensa” “de la casa” “chismosa” “dependiente” “compradora compulsiva.”
6. Prestemos atención al lugar y al tamaño que ocupa la imagen.

2.9 La violencia de género contra la mujer

Las mujeres y los hombres son iguales en dignidad y libertad, por ello se les reconoce igualdad de justicia y de oportunidades, así como el derecho al desarrollo de la autonomía y al respeto de la misma. Estas afirmaciones están respaldadas en la Declaración Universal de Derechos Humanos (1948), en el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (1966), en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (1966), la Convención contra la Tortura y otros Tratos o Penas Cruelles, Inhumanos o Degradantes (1984), la Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (1979), la Declaración sobre la Eliminación de la Violencia contra la Mujer (1993), la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer (1994) y, en Venezuela, en la Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia (2007).

2.9.1 Los tipos de violencia

La violencia física y sexual son la punta del iceberg de la violencia de género contra las mujeres y representan sólo dos de las múltiples formas que toma.

Veamos los tipos de violencia a partir de una tipología en la cual hemos agrupado diversas clasificaciones (ONU, 1995; PNUD, s.f.; Porras, L. y Molina, S., s.f) haciendo especial referencia a las definiciones de la LODMVLV y a los delitos tipificados en ella:

- **Violencia física:** abarca todo acto que dañe o lesione el cuerpo, aunque no necesariamente deje marcas corporales en él. Incluye desde golpes y heridas internas y externas hasta tirones de pelo, empujones, entre otros actos violentos. En la LODMVLV está prevista una pena de 6 hasta 18 meses por lesiones leves y si son graves, esta pena se incrementa hasta en un 50%. Si el acto de violencia es cometido por la pareja o expareja, un familiar o afín a la víctima, la pena se incrementa hasta en un 50%.
- **Violencia psicológica:** es toda conducta u omisión intencional que genere daño emocional y/o disminución de la autoestima de la víctima mediante amenazas, humillaciones, vejaciones, exigencia de obediencia, hostigamiento, vigilancia, persecución, culpabilización y aislamiento, entre otras formas de proceder, que causan la imposición de los deseos del victimario, la sumisión de la víctima, su desvalorización, el descrédito y el perjuicio ante la opinión pública en menoscabo de su dignidad, libertad y autodeterminación. Podemos subsumir acá otras formas de violencia identificadas en la LODMVLV, como el acoso y hostigamiento, y la amenaza, tipificados como delitos en los artículos 39, 40 y 41.
- **Violencia sexual:** es todo comportamiento que intimide, amenace o vulnere el derecho de toda persona a decidir voluntaria y libremente el ejercicio de su sexualidad, comprendiendo éste no sólo como el acto sexual, sino toda forma de expresión de la sexualidad, genital o no genital y que puede manifestarse en actos lascivos, actos lascivos violentos, acceso carnal violento o la violación propiamente dicha. Aquí se incluyen también otras formas de violencia tipificadas como delitos en la LODMVLV tales como el acoso sexual, la prostitución forzada y la esclavitud sexual (artículos 43 al 48). Cuando los victimarios son parejas, exparejas, familiares o afines las penas contempladas son mayores.
- **Violencia patrimonial y económica:** se refiere a toda acción u omisión tanto en el ámbito público como en el privado, encaminada a limitar el acceso a los bienes y recursos económicos, sea mediante sustracción, destrucción, retención o distracción de objetos, documentos personales, bienes y valores o derechos patrimoniales destinados a satisfacer las necesidades de la víctima y que finalmente busca controlar sus ingresos o la privación de los medios económicos indispensables para vivir. Está contemplada como delito en la LODMVLV en el Art. 50.
- **Violencia institucional:** es toda acción u omisión realizada tanto por las autoridades como por el personal de instituciones públicas o privadas en el ejercicio de sus funciones que tengan como fin retardar, obstaculizar o impedir que las mujeres tengan acceso a servicios de calidad y empleos justos, así

como la imposición de prácticas que sin su consentimiento afectan el ejercicio de los derechos que le aseguran una vida libre de violencia. En la LODMVLV se identifican todas estas formas de violencia (artículo 15) y se tipifican como delitos en los Art. 49 y 51 al 54.

- **Violencia mediática:** se trata de toda acción u omisión en la exposición y representación que se hace de la mujer, niña o adolescente a través de cualquier medio de difusión, cuyo significado simbólico refuerza imágenes y roles estereotipados de infravaloración o en la invisibilización de sus potencialidades y logros, lo que solapada o abiertamente constituye una ofensa a la dignidad de las mujeres. La LODMVLV incluye también a la violencia simbólica como modalidad de violencia de género contra la mujer así como el delito de ofensa pública por razones de género (Art. 53). La violencia mediática abarca desde el tratamiento inadecuado de un caso de violencia extremo como un femicidio, hasta situaciones de violencia simbólica como una estigmatización o una cosificación realizada por periodistas mediante las palabras o las imágenes que acompañan el discurso.

Hemos encontrado imágenes de mujeres asesinadas que muestran partes sesgadas de su cuerpo, no pocas veces acompañadas de palabras como “según los vecinos, la mató por un ataque de celos.” Lo mismo suele ocurrir en casos de agresiones, donde se suele expresar que el victimario “tuvo un ataque de ira,” “se salió de control” o “estaba fuera de sí.” La inclusión de detalles morbosos y la deliberada justificación del victimario en el relato son expresiones de la violencia mediática.

Un ejemplo de violencia mediática son las imágenes de mujeres en la contratapa de algunos diarios, en particular deportivos, donde se muestran de manera injustificada mujeres en bikini sólo para referirse a ellas por su primer nombre y a sus atributos físicos. También es violencia mediática la publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipadas que promueven la visión de “mujer objeto,” la que puede tenerse fácilmente si adquieres determinado artículo. Igualmente, es violencia mediática dar un tratamiento discriminatorio, minimizando o infantilizando a las mujeres; ejemplo de ello lo encontramos cuando se da el crédito del alto desempeño de una campeona olímpica a su entrenador.

Es necesario generar espacios de reflexión crítica, de interpelación del oficio periodístico con el fin de contribuir a la erradicación de esta modalidad de violencia hacia las mujeres en los medios, que reproducen y legitiman la violencia simbólica y, en definitiva, las desigualdades de género.

2.9.2 La violencia de género contra las mujeres no es un suceso

La violencia física y sexual es la más visible y en ella destaca el femicidio y las violaciones como hecho noticioso al que se da centimetraje en la prensa y portales web, y tiempo en los espacios informativos radiofónicos y televisivos. No obstante, toda violencia de género contra las mujeres, incluyendo la violencia menos visible como la institucional, económica-patrimonial, mediática y psicológica, no es un suceso. No se trata de algo puntual, de algo que ocurre por estar en el lugar y el momento equivocados o con la persona errada. Es el resultado de un proceso que lleva miles de años gestándose y tomando formas. La violencia física y sexual son expresiones tangibles de dominación y agresión; los otros tipos de violencia son su expresión velada. Tratar la violencia como suceso impide comprenderla en su complejidad y, por tanto, limita su abordaje preventivo.

Veamos cuatro relatos sobre un femicidio ocurrido en Venezuela, analicemos el abordaje de cada uno y elaboremos una unidad redaccional con calidad periodística incorporando el enfoque de género a través de los siguientes ejercicios:



Lee las cuatro unidades redaccionales con base a las siguientes preguntas y extrae tus propias conclusiones:

1. ¿Qué es lo noticioso?
2. ¿Cuál es el tratamiento que se da al victimario y a la víctima?
3. Además de la contextualización básica de lugar y tiempo ¿qué otro tipo de contextualización (antecedentes, causas y factores asociados, consecuencias, finalidad) encontramos en cada una de las unidades redaccionales?
4. ¿Qué transmitimos con lo que decimos, con el cómo lo decimos y con lo que no decimos?
5. ¿Estamos hablando de un suceso o de un problema social específico con raíces profundas?



NTN24.COM

AMÉRICA LATINA | INTERNACIONALES | DEPORTES | ENTRETENIMIENTO | TECNOLOGÍA | CIENCIA Y SALUD | PROGRAMAS | SEÑAL EN VIVO | QUIÉNES SOMOS

EL INFORMATIVO NTN24 | LA MAÑANA | LA TARDE | LA NOCHE | ZOOM A LA NOTICIA | CLUB DE PRENSA | PODER LATINO | ARCHIVO OTROS PROGRAMAS

Detienen a beisbolista venezolano por asesinato de su pareja

11/28/2018 - 22:11

El beisbolista Junior José Espinoza de 21 años de edad habría asesinado a su esposa a tiros según fuentes policiales

VENEZUELA

Fuente: <http://www.ntn24america.com/america-latina/venezuela/detienen-beisbolista-venezolano-por-asesinato-de-su-pareja-101216>

Extractos:

Un beisbolista venezolano que llegó a ser firmado por los Medias Rojas de Boston fue detenido por presuntamente haber asesinado a tiros a su pareja, informó este miércoles la Fiscalía.

Junior José Espinoza, de 21 años, fue apresado luego de que su compañera Ismelis Freitez ingresara sin signos vitales a un hospital de Yaracuy (norte), el pasado 18 de noviembre

El pelotero aseguró a la policía científica (CICPC) que la joven de 22 años había resultado herida en un ataque a tiros de desconocidos...

Una vez interrogado por el CICPC y practicada una experticia a su vestimenta, bajo coordinación del Ministerio Público, se estableció la vinculación del hombre con la muerte de su pareja...

Espinoza, quien fue acusado de “femicidio agravado con circunstancias agravantes”, jugó con la organización de Boston en 2016 en Liga de Novatos.



DEPORTES / MIÉRCOLES 28 DE NOVIEMBRE DE 2018

Detienen a beisbolista por asesinar a tiros a su novia

Junior José Espinoza, de 21 años, fue apresado luego de que su compañera Ismelis Freitez ingresara sin signos vitales a un hospital



Foto Especial

Fuente: <https://www.elsoldesanluis.com.mx/deportes/detienen-a-beisbolista-por-asesinar-a-tiros-a-su-novia-junior-jose-espinoza-red-sox-boston-2728722.html>

Extractos:

Un beisbolista venezolano que llegó a ser firmado por los Medias Rojas de Boston fue detenido por presuntamente haber asesinado a tiros a su pareja, informó este miércoles la Fiscalía.

Junior José Espinoza, de 21 años, fue apresado luego de que su compañera Ismelis Freitez ingresara sin signos vitales a un hospital de Yaracuy (norte), el pasado 18 de noviembre.

El pelotero aseguró a la policía científica (CICPC) que la joven de 22 años había resultado herida en un ataque a tiros de desconocidos ...

...se estableció la vinculación del hombre con la muerte de su pareja...

Venezuela registra una tasa de 30 homicidios por cada 100.000 habitantes, con 9.675 casos en lo que va corrido de 2018, informó el gobierno el pasado lunes, una media tres veces inferior a la que reportó la ONG Observatorio Venezolano de Violencia (OVV) para 2017 (...) unos 26.619 homicidios (...) casi 15 veces mayor al promedio mundial..

Joven femicida había sido firmado por las Medias Rojas



Fuente: <https://diarioavance.com/joven-femicida-habia-sido-firmado-por-las-medias-rojas/>

Extracto:

Como Junior José Espinoza, de 21 años de edad, fue identificado un joven pelotero venezolano firmado por los Medias Rojas de Boston para la próxima temporada de Grandes Ligas. Sin embargo, es acusado de haber asesinado a su pareja, Ismelis Karina Freites Andrade, de 22 años, tras un arrebató de celos (1er párr.).

El Comercio 180 años

VENEZUELA

f t in +

Detienen a beisbolista venezolano por el asesinato de su pareja

El deportista profesional Junior José Espinoza, de 21 años, fue imputado por "femicidio agravado con circunstancias agravantes" contra Ismelis Freitez



Junior José Espinoza: detienen a beisbolista por el asesinato de su pareja Ismelis Freitez en Venezuela.

<https://elcomercio.pe/mundo/venezuela/junior-jose-espinoza-detienen-beisbolista-asesinato-pareja-venezuela-noticia-582680>

Extractos:

Caracas. El beisbolista profesional Junior José Espinoza fue detenido por su presunta responsabilidad en la muerte de su pareja, Ismelis Freitez, ocurrida en horas de la noche del pasado 18 de noviembre en...Yaracuy, Venezuela, informó este miércoles la Fiscalía....

Espinoza intentó simular que la muerte de la joven fue consecuencia de un robo...

Espinoza, de 21 años y quien habría sido fichado por la organización Medias Rojas de Boston del béisbol de Grandes Ligas para la próxima temporada, fue imputado por "feminicidio agravado con circunstancias agravantes".

Pese a que en Venezuela existe desde el 2007 la ley orgánica sobre el derecho de las mujeres a una vida libre de violencia, no existen datos oficiales sobre su aplicación o la incidencia de este delito en el país.

Algunos entes, como la Organización No Gubernamental COFAVIC, estiman que el 35% de las venezolanas ha sufrido algún tipo de violencia física y sexual, y que hasta el 38% de los asesinatos de mujeres han sido cometidos por sus propias parejas.

Tanto la contextualización compleja (especificación de antecedentes, causas, consecuencias, tendencias, finalidad, entre otros) como la descripción cualitativa y cuantitativa de los problemas forman parte de los indicadores de calidad periodística y reflejan la visión que se tiene del tema tratado (Carrasco y Piña, 2014).

En favor de los cuatro productos periodísticos diremos que ninguno le da tratamiento de “crimen pasional” y no ofrecen detalles escabrosos o sensacionalistas ni muestran imágenes erotizadas que puedan favorecer en las audiencias la idea de que “ella se lo buscó.” Sin embargo, la noticia es presentada en la sección de deporte o sucesos lo cual le resta importancia como fenómeno social.

Dar contexto a la violencia de género contra las mujeres a partir de explicaciones como “tenía celos” o “estaba bajo los efectos del alcohol o drogas,” que pueden ser efectivamente factores coadyuvantes, terminan resultando justificativos que encubren la responsabilidad del femicida. No hay un perfil de la persona victimaria ni de la víctima, por ello es recomendable evitar testimonios de testigos o conocidos y apoyarse en las voces expertas para el análisis y contextualización de cada caso.

Contextualizar la noticia en el marco de la tasa de homicidios es importante, pero no visibiliza la magnitud del problema de violencia de género contra las mujeres la cual se fundamenta en relaciones desiguales de poder que justificamos a través de toda una simbología compleja dentro de la cual, una de las más importantes, es la omisión de su explicación más profunda.

Vemos en la cuarta versión presentada un reconocimiento de la violencia de género contra las mujeres como trasfondo y van más allá al señalar la existencia de una ley de protección a la mujer de cuya aplicación poco se sabe, reconociendo con ello la importancia del papel del Estado en la prevalencia de dicha violencia.

Veamos ahora otro ejemplo de violencia de género menos visible donde se conjuga la violencia sexual con la violencia laboral:

Última hora MNAC MIRALDA - El "Cordero del Apocalipsis" de Miralda campa por el MNAC hasta el domingoEdición España **Gente**

EEUU ACOSO

Dimite el presidente del canal de noticias Fox tras demandas por acoso sexual

EFE | Nueva York | 21 Jul. 2016



El presidente de Fox News Channel, Roger Ailes. EFE/Archivo

Fuente: <https://www.efe.com/efe/espana/gente/dimite-el-presidente-del-canal-de-noticias-fox-tras-demandas-por-acoso-sexual/10007-2992217>

Extractos:

“Roger Ailes ha hecho una contribución notable a nuestra compañía y nuestro país... durante 20 grandes años”, afirmó en un comunicado Murdoch, quien a partir de ahora ocupará el cargo.

La dimisión del empresario estadounidense se produce semanas después de ser acusado por la presentadora del canal Fox 5 Gretchen Carlson de haber tomado represalias contra ella, como una reducción del salario, por la negativa de la periodista a tener relaciones sexuales con su jefe.

A la denuncia presentada por Carlson se unió esta semana la acusación de la presentadora estrella del canal de noticias Fox, Megyn Kelly, quien el pasado martes aseguró haber sido víctima de “avances sexuales no deseados” por parte de Ailes hace aproximadamente diez años.

Tras ese último descubrimiento, 21st Century Fox inició una investigación interna y Ailes recibió un ultimátum por parte de abogados de la corporación para que presentara su dimisión...



Respondamos a las siguientes preguntas:

- ¿Consideras que esto ocurre sólo eventualmente o es un delito recurrente?
- ¿Es un delito que se denuncia o por el contrario suele callarse?
- ¿Por qué crees que es sólo después de una segunda denuncia que se decide la destitución del acusado de su alto cargo?
- ¿Crees que, como periodista, indagarías si hay otras personas afectadas? ¿Qué deben hacer los medios de comunicación en estos casos?

Te sugerimos identificar otros ejemplos de violencia sexual menos visibles como el acoso, la violencia institucional o patrimonial y económica, entre otras. Anímate a escribir un artículo periodístico sobre alguno de ellos.

El reto es visibilizarlas como violencia de género. Apóyate en las recomendaciones que encontrarás en el apartado siguiente.



Redacta el artículo periodístico con enfoque de género, dejando clara la complejidad del problema y la importancia de su prevención

El caso presentado de acoso sexual ocurre en el marco de una relación jerárquica dentro de una organización. Recordemos que la violencia sexual abarca actos que van desde el acoso verbal hasta el uso no consentido del cuerpo de la otra persona través de la manipulación, coacción, la presión social y la violencia física para conseguir gratificación sexual. Hemos visto en el ejemplo la capacidad de reacción de una víctima que se niega y denuncia, y de otra que durante 10 años guardó silencio en torno al abuso al que fue sometida.

Detengámonos a pensar en la vulnerabilidad de las víctimas cuando se trata de niños, niñas, adolescentes y personas adultas con diversidad funcional, migrantes en situación de ilegalidad, incluso personas sometidas a formas “tradicionales” de violencia sexual, como matrimonio o cohabitación forzados y “herencia de viuda” (OMS, 2013). En todos estos casos, la violencia institucional suele ejercerse con impunidad.

Según un estudio basado en encuestas en Latinoamérica referido por la OMS (2013) alrededor del 5% de las víctimas adultas de violencia sexual denunciaron el hecho, es decir, 1 de cada 20, lo que según el autor se debe al deficiente sistema de apoyo, a la vergüenza experimentada y a temores a represalias o a ser culpadas. Cuando se trata de infantes, es posible que estos casos no se conozcan sino en una proporción mucho menor y entre las paredes de un consultorio de psicología o psiquiatría cuando ya son personas adultas, si es que tienen esta oportunidad de terapia.

Un agravante que dificulta las denuncias es que, en la mayoría de los casos, el victimario es una persona conocida por la víctima. La OMS (2013) reporta que 8 de cada 10 personas victimarias son conocidas por la víctima, según un estudio en los Estados Unidos.

El papel de los medios de comunicación en la visibilización de éste y otros tipos de violencia de género es fundamental.

2.9.3 El tratamiento periodístico de la violencia de género contra las mujeres

Te presentamos las siguientes recomendaciones para que hagas un adecuado abordaje de la violencia de género contra las mujeres.

Ten presente que:



- 1. La causa principal de la violencia de género es la concepción de mujeres y hombres como desiguales en derechos y oportunidades, con un sesgo histórico acumulado de representación de la mujer como ser inferior. Otros factores pueden representar riesgos pero no son determinantes. La violencia de género contra la mujer es el dispositivo a través del cual se perpetúa la cultura machista y se encausa a quienes desafíen los roles tradicionales y los estereotipos de género.**
- 2. El consentimiento mutuo es lo que define una relación sexual normalizada entre adultos.**
- 3. Es necesario mostrar que no se trata de eventos aislados sino de una problemática que afecta a las mujeres de todas las edades (incluyendo niñas), de todos los estratos sociales y en todas las culturas.**
- 4. Para ello siempre es bueno usar cifras disponibles y citar la legislación existente en materia de violencia contra la mujer.**
- 5. Nombra con precisión los casos de femicidios (aléjate de fórmulas como “crímenes pasionales” y “celos”).**





Lo que debes evitar:

1. Invisibilizar a la víctima. Las notas suelen abundar en detalles sobre el agresor y a veces nombran a la víctima apenas por el primer nombre.
2. El lenguaje sensacionalista.
3. Revelar los detalles de cómo fue perpetrado un femicidio o un intento de femicidio, ya que pudieran servir de patrón a otros agresores.
4. Mostrar imágenes del cadáver de una víctima de femicidio. En su lugar, usa una fotografía de ella en vida.
5. Incluir declaraciones de miembros de la vecindad o personas allegadas que no aportan información sino opiniones que suelen estar cargadas de prejuicios y estereotipos de género.
6. Revictimizar o responsabilizar a las víctimas de las acciones de sus agresores, con testimonios de vecinos, compañeros de trabajo y otros supuestos testigos que hacen referencia a eventos previos, desacuerdos, discusiones, peleas o destacando, por ejemplo, que no habían interpuesto una denuncia o que el victimario era una persona calmada, responsable, entre otras cualidades. Ninguna de estas situaciones son la causa de que las hayan discriminado, acosado, amenazado, agredido, violado o asesinado.
7. Juicios y especulaciones.



Muy importante: respetar los derechos de los involucrados

1. Respetar la presunción de inocencia de la persona victimaria y una vez producida la sentencia informar con contundencia la respuesta penal a la que se enfrentan, de ser declarada culpable.
2. Partir de la buena fe de quien coloca la denuncia, aunque a quien denuncie sea una persona conocida o prominente.
3. Respetar el derecho de la víctima a preservar su honor, su imagen y su intimidad. En ese sentido, cuidar la inclusión de información que pueda perjudicarla o afectar a su entorno, muy especialmente cuando hay menores de edad involucrados como víctimas o familiares. En consecuencia, no se debe publicar sus retratos, ni imágenes o información que identifique su domicilio y privacidad.
4. Incluir las voces de las mujeres supervivientes, no sólo sus testimonios si ya no se encuentran en situación de vulnerabilidad, sino destacar sus historias de superación.





En cuanto al manejo de fuentes, contextualización y seguimiento:

1. Usar fuentes policiales y de la investigación, pero también de especialistas para dar el contexto necesario a la noticia.
2. Llevar el recuento del tipo de delito y mostrar las estadísticas acumuladas para destacar la magnitud del hecho.
3. Mostrar las expresiones del delito en distintas regiones y momentos, así como la diversidad de personas victimarias y de víctimas. Ello permite definir la relevancia del problema y contrarrestar los estereotipos sobre perfiles prefijados de dichas personas. ¡No hay perfiles definidos!
4. Fundamentar con bases legales y tener un banco de recursos de organizaciones y grupos que defienden los derechos de las mujeres y de expertos en el tema.
5. Seguir el caso e informar del juicio y la sentencia posteriores. Una vez haya condena, podemos elaborar una pieza periodística para destacar los resultados e insistir en la promoción del derecho de las mujeres a una vida libre de violencia.
6. Interpelar a las autoridades sobre las cifras de violencia contra la mujer, la aprobación y ejecución de planes y programas, sobre el seguimiento de casos específicos, incluyendo femicidios, la asignación de recursos desde los presupuestos nacionales, regionales y locales, la realización de campañas de educación y prevención, el apoyo a ONGs que trabajan con víctimas, y el financiamiento a refugios para mujeres víctimas de violencia, entre otros temas.



CAPÍTULO 3



DECISIONES EDITORIALES CON ENFOQUE DE GÉNERO

Hemos hecho un largo recorrido por estas páginas, adentrándonos en la caracterización de la temática de igualdad de género y en la revisión de conceptos fundamentales. Nos hemos dedicado a mirar críticamente algunos trabajos periodísticos para analizar fenómenos como la naturalización de la violencia, la invisibilización de los logros de las mujeres y el refuerzo de los estereotipos de género. Ello, con el fin de aportar herramientas que contribuyan a la incorporación del enfoque de género en el trabajo periodístico, que no es otra cosa que la promoción y defensa de la igualdad de justicia y de oportunidades para hombres y mujeres, lo que también constituye una defensa de la democracia en el ámbito de las relaciones humanas.

En este capítulo de cierre ofrecemos algunas herramientas de autodiagnóstico tanto para periodistas como para integrantes de los equipos que toman las decisiones editoriales, y daremos algunas pautas para la construcción de un decálogo para la incorporación del enfoque de género en el trabajo periodístico.

3.1 Autodiagnóstico del trabajo periodístico

Te proponemos realizar el siguiente ejercicio de autodiagnóstico y luego revisar algunos de tus trabajos.

Preguntas

Opciones y calificaciones

	Casi siempre (3)	A veces (2)	Casi nunca (1)	No me lo había planteado (0)
1. Al iniciar un trabajo periodístico, ¿te has planteado cómo afecta ese tema de manera específica a las mujeres?				
2. ¿Has usado un lenguaje que incluya a las mujeres?				
3. ¿Incluyes datos desagregados por sexo en tus informaciones?				
4. ¿Buscas indagar la visión de hombres y mujeres acerca de los temas que abordas en la calle?				
5. ¿Buscas por igual la visión de mujeres y de hombres expertos?				
6. Cuando hablas de mujeres destacadas en “áreas fuertes” ¿le das el mismo tratamiento que a los hombres				
7. ¿Presentas hombres en áreas consideradas tradicionalmente femeninas? (crianza, enseñanza, hogar, entre otras)				
8. Cuando tratas problemas sociales relevantes ¿destacas la discriminación hacia la mujer que puede estar presente?				
9. ¿Has realizado esfuerzos por visibilizar la violencia contra las mujeres, aún en temas donde ésta es menos visible?				

Suma tus calificaciones y calcula el promedio

- 0 a 1 punto =** Es un tema nuevo para ti, aprovecha esta novedad para impulsar tu motivación y aprender
- Más de 1 y hasta 2=** Llevas parte del camino andado ¡Ánimo y sigue esforzándote!
- Más de 2 y hasta 3=** Estás en el camino, puedes optimizarlo y convertirte en agente multiplicador en el corto plazo

Los puntajes de cada ítem te dicen cuáles son los grandes retos y cuáles los objetivos de mejoras



1. Selecciona al menos tres de tus últimos trabajos y hazte las preguntas del cuestionario sobre uno de ellos;
2. Identifica los aspectos que debes mejorar;
3. Repite la experiencia con los otros dos trabajos;
4. Apóyate en tus conclusiones y en las recomendaciones proporcionadas en este manual para plantearte los retos a asumir en el trabajo que estás realizando en este momento o que estás a punto de iniciar.

3.2 Autodiagnóstico del equipo editorial

El instrumento para periodistas también es de gran utilidad para editores/as, jefes/as de redacción de los distintos departamentos y equipos de producción. Nuestra recomendación es responderlo y discutirlo en una sesión de trabajo grupal. Adicionalmente, recomendamos la siguiente autoevaluación por parte del equipo editorial.

Respondamos en equipo el siguiente cuestionario

Preguntas	Opciones y calificaciones			
	Si (3)	Estamos iniciándonos (2)	Lo hemos planteado (1)	No lo hemos planteado (0)
1. ¿Cuenta tu medio con manuales o decálogos sobre cómo incorporar el enfoque de género en el trabajo periodístico?				
2. ¿Cuenta tu medio con personas formadas en cuestiones de género?				
3. ¿Toman las desigualdades de género como un punto importante en las discusiones editoriales?				
4. ¿Existen lineamientos claros sobre el tratamiento de la violencia de género?				
5. ¿Tienen alguna sección o suplemento dedicado a mujeres donde se evite estereotiparlas?				
6. ¿Hay algún cuidado especial para evitar imágenes y mensajes sexistas?				
7. ¿Hay algún cuidado especial para evitar la publicidad sexista?				
8. ¿Hay algún lineamiento en la empresa que favorezca la disminución de la brecha salarial entre mujeres y hombres trabajadores?				
9. ¿Cuenta la empresa con un directorio equilibrado de mujeres y hombres como fuentes autorizadas para opinar sobre distintos temas (políticos, sociales, económicos, técnicos-científicos, etc.)				

Sumemos las calificaciones y calculemos el promedio

- 10. **0 a 1 punto =** Hay mucho por construir e institucionalizar ¡Ánimo!
- 11. **Más de 1 y hasta 2=** El equipo editorial ha avanzado. ¡Fuerza para seguir adelante!
- 12. **Más de 2 y hasta 3=** Han realizado un gran esfuerzo, pueden optimizar su proceso de incorporación de la perspectiva de género y ser un modelo a seguir.

Los puntajes de cada ítem te dicen cuáles son los grandes retos y cuáles los objetivos de mejoras



Invitamos al equipo editorial a revisar sus decisiones de agenda de las tres últimas semanas.

Comencemos por revisar la última semana:

1. ¿Hubo una decisión propositiva de incorporar en la agenda noticiosa la denuncia de algunas de las manifestaciones de violencia de género?
2. ¿Se destacó logros de mujeres en actividades “fuertes”?
3. ¿Se han incluido las historias de mujeres protagonistas en los ámbitos donde se desenvuelven que evidencien su capacidad de liderazgo, emprendimiento y aportes a la sociedad?
4. ¿Se abordó algún problema social relevante, dejando claro cómo afecta éste a las mujeres?

Hagamos la misma revisión con las otras dos semanas y preguntémonos qué lugar le hemos dado en la agenda noticiosa y específicamente en los temas propios, a la denuncia de la violencia de género contra la mujer, a la visibilización de los logros de las mujeres en áreas tradicionalmente ocupadas por los hombres y a la promoción de la igualdad entre mujeres y hombres.

Ahora pasemos a un tema más técnico: la jerarquía y estructura de la información, así como al tipo de fuentes empleadas y sus roles. Tomemos tres días (al azar o intencionalmente o según disponibilidad de la información) de esas tres semanas revisadas.

Comienza a analizar uno de esos días:

1. ¿Con qué abrimos? ¿Hemos incluido a las mujeres en igualdad de dignidad y libertad que a los hombres?
2. ¿Qué tratamiento le hemos dado a las mujeres en la elaboración de mensajes destinados a las redes sociales?
3. ¿Cuántas noticias están protagonizadas por mujeres?
4. ¿Cómo son las fotografías que acompañan los textos?
5. ¿Qué proporción de fuentes femeninas y masculinas?
6. ¿Cuáles eran los roles de las mujeres y cuáles los de los hombres? ¿Reflejan los estereotipos de género?
7. ¿Qué proporción de mujeres expertas?
8. ¿Hay algún artículo sobre violencia de género contra la mujer? Si es así ¿cuánto espacio ocupa? ¿En qué sección fue colocada?
9. ¿Hay imágenes o publicidad sexista junto a información de violencia de género? ¿Es posible tener control sobre la publicidad y su ubicación en el espacio noticioso?

Repitamos el ejercicio con los otros dos días seleccionados, extraigamos conclusiones y planteemos objetivos específicos a nuestro plan de incorporación o mejora de la perspectiva de género en el periodismo.

3.3 Construyendo un decálogo para la incorporación del enfoque de género

Te proponemos construir un decálogo con puntos clave para la incorporación exitosa del enfoque de género en el tratamiento periodístico. Puedes abordar uno o más temas. Te proponemos el siguiente temario:

1. Prioridad en analizar y destacar cómo diversas problemáticas de la agenda noticiosa o temas a ser abordados afectan a las mujeres: pregúntate ¿cómo afecta a las mujeres la problemática o situación sobre la cual estás reportando? ¿Afecta de manera desproporcionada a las mujeres?;
2. Analizar y destacar la participación de las mujeres en los diversos temas de la agenda noticiosa o de los asuntos a abordar;
3. Uso del lenguaje inclusivo;
4. Uso de imágenes no sexistas;
5. Huir de los estereotipos y los roles tradicionales de género;
6. Paridad de fuentes por género;
7. Equilibrio de roles de fuentes por género;
8. Tratamiento inclusivo de temas relevantes (política y gobierno, economía y empleo, salud y ambiente, ciencia y tecnología, arte, deporte y entretenimiento, entre otros);
9. Tratamiento de la violencia de género;
10. Visibilización de logros de las mujeres en áreas “fuertes”;
11. Visibilización de logros de las mujeres en las luchas por sus derechos;
12. Presentación de hombres en roles no tradicionales de género;
13. Conciliación del trabajo periodístico con enfoque de género y otras piezas de comunicación como la publicidad;
14. Conciliación del trabajo periodístico con enfoque de género y los espacios de entretenimiento;
15. Algún otro tema surgido del debate.

La redacción del decálogo idealmente incluye lo que no debería hacerse, lo que si debería o tener una combinación de ambos enfoques. A continuación vamos a colocar un ejemplo de un decálogo, que aunque es sobre publicidad, está relacionado con los temas que trabajarás. Se trata de un decálogo de cómo evitar la publicidad sexista:⁶

ES SEXISTA LA PUBLICIDAD QUE...

- | | |
|---|---|
| <p>1. Promueve modelos que consolidan pautas tradicionalmente fijadas para cada uno de los géneros.</p> | <p>Anuncios que siguen perpetuando los roles tradicionalmente asignados a cada género, ajenos a los cambios sociales y a las nuevas realidades vividas por muchas mujeres.</p> |
| <p>2. Fija unos estándares de belleza femenina considerados como sinónimo de éxito.</p> | <p>Anuncios configurados desde una mirada masculina que limitan las posibilidades de éxito social para las mujeres al seguimiento de unos modelos de belleza.</p> |
| <p>3. Ejerce presión sobre el cuerpo femenino a través de determinados tipos de productos.</p> | <p>Anuncios que limitan los objetivos vitales de las mujeres a la adecuación a unos determinados patrones estéticos. En estos anuncios, las mujeres aparecen descontextualizadas, parece que no hacen nada, sólo centran sus diálogos en el cuidado corporal.</p> |
| <p>4. Presenta el cuerpo de las mujeres como un espacio de imperfecciones que hay que corregir.</p> | <p>Anuncios que presentan los cuerpos de las mujeres y sus cambios debidos a la edad como “problemas” que es preciso ocultar y/o corregir.</p> |
| <p>5. Sitúa a los personajes femeninos en una posición de inferioridad y dependencia.</p> | <p>Anuncios que presentan a las mujeres como dependientes con respecto a los hombres, en un segundo plano, sin voluntad, pasivas y sumisas. Llama la atención el recurso a una imagen postrada, sometida, de las modelos en los reportajes de moda.</p> |

⁶ Producido por el Observatorio Andaluz de la publicidad No Sexista: <http://www.mujeresenred.net/spip.php?article1554>

- | | |
|--|--|
| <p>6. Excluye a las mujeres de las decisiones económicas de mayor relevancia.</p> | <p>Anuncios que siguen perpetuando los roles tradicionalmente asignados a cada género y que, considerando que las mujeres no tienen autonomía económica, las sitúan en un segundo plano cuando se trata de tomar decisiones sobre compras de mayor cuantía económica.</p> |
| <p>7. Aleja a las mujeres de los espacios profesionales prestigiados socialmente y, por el contrario, les asigna los roles de limpieza, cuidados y alimentación familiar.</p> | <p>Anuncios que siguen manteniendo el tradicional reparto de espacios, asignando a las mujeres el ámbito de lo privado, desprovisto de prestigio, y a los hombres el espacio de lo público, del saber y de la autoridad.</p> |
| <p>8. Niega los deseos y voluntades de las mujeres y muestra como “natural” su adecuación a los deseos y voluntades de las demás personas.</p> | <p>Anuncios que nos muestran a mujeres realizadas como personas en la medida en la que responden a lo que los demás piden de ella: los hijos e hijas, el marido, la madre... Si esta mujer desempeña también un empleo fuera del hogar, deberá atenderlo todo: “superwoman.”</p> |
| <p>9. Representa al cuerpo femenino como objeto, esto es, como valor añadido a los atributos de un determinado producto; como su envoltorio, en definitiva.</p> | <p>Anuncios que recurren al cuerpo femenino, o al fetichismo de determinadas partes del mismo: labios, pies o prendas de vestir femeninas, como reclamo para atraer la mirada y la atención del potencial cliente</p> |
| <p>10. Muestra a las mujeres como incapaces de controlar sus emociones y sus reacciones, “justificando” así las prácticas violentas que se ejercen sobre ellas.</p> | <p>Anuncios que muestran a las mujeres movidas por caprichos, faltas de juicio en sus reacciones y comportamientos, histéricas, charlatanas... En el fondo, se está recurriendo a estereotipos conductuales muy habituales en la representación tradicional de las mujeres. En estos mensajes, las mujeres quedan ridiculizadas o han de ser vueltas a la cordura por el elemento masculino.</p> |

⁶ Producido por el Observatorio Andaluz de la publicidad No Sexista: <http://www.mujeresenred.net/spip.php?article1554>

Dinámica sugerida para la elaboración del decálogo:

Paso 1: ¿Qué debería incluir el decálogo? Puedes hacer una consulta por periodistas, equipos de trabajo o por departamento para establecer cuáles son los temas que deben incorporarse al decálogo

Paso 2: Organiza los puntos clave. Una vez identificado el tema o los temas, organiza los contenidos de la siguiente manera: a) si es un solo tema, es importante descomponerlo en subtemas. Por ejemplo si se va a abordar el lenguaje, puede considerarse el lenguaje inclusivo, el lenguaje sexista y las imágenes sexistas; b) si se escogen varias temáticas, se puede hacer un trabajo de agrupamiento o de desagregación de aspectos en algunos de ellos, según el énfasis que se quiera dar. Recomendamos identificar entre 3 y 5 temas o subtemas

Paso 3: Redacción preliminar de las ideas con la participación de todo el equipo. Te proponemos crear tantas estaciones o mesas de trabajo como temas o subtemas hayan y formar tantos equipos como estaciones. Los equipos de trabajo pueden estar formados por dos o más participantes, pero se recomienda que no sean grupos de más de 5 personas.

En cada estación estará un equipo trabajo con una laptop para abordar el tema o subtema correspondiente. Una persona de cada equipo deberá digitalizar las ideas que surjan como posibles propuestas para el decálogo, sin preocuparse por el número de ideas en este primer momento.

Cada equipo de trabajo rotará por todas las estaciones y dará continuidad a la redacción de nuevas ideas, podrá colocar un signo de interrogación si tiene dudas sobre las ideas de los antecesores o el símbolo del rayo, si está en desacuerdo.

Cada rotación es de 5 minutos. Esta dinámica requiere confiar que colectivamente se logrará una identificación relevante y exhaustiva de ideas.

Paso 4: Plenaria. El equipo que queda en la última rotación, expone las ideas en plenaria de esa estación y solicita aclaratorias sobre los puntos marcados con interrogantes o con desacuerdos, considerando que las ideas que están allí, ya no corresponden a una persona en particular sino al trabajo en equipo y que se está en una fase de mejora de las propuestas. Al cierre de la plenaria se seleccionará: a) una persona que se hará cargo de unir en un solo documento todas las propuestas en el paso 5 y b) una tríada que trabajará en el paso 6.

Paso 5: Consolidación de la información. Cada equipo encargado de presentar en plenaria hará las correcciones acordadas en el documento. Se asignará a una persona para integrar en un solo documento todas las ideas y éste será entregado a todos los participantes para que hagan una priorización de las diez mejores ideas (puede hacerse individualmente o en equipo).

Paso 6: Selección de las ideas del decálogo. Partiendo de las priorizaciones realizadas, un equipo de tres personas hará la selección del contenido del decálogo.

¡Sólo quedaría el diseño e ilustración del decálogo!



Esperamos que con el cierre de este manual, se inicie un decidido proceso de fortalecimiento del periodismo como instrumento de reforzamiento de la democracia y de habilitación de la ciudadanía en la lucha por sus derechos, teniendo presente que la igualdad de justicia y de oportunidades para las mujeres y para los hombres es la base fundamental del modo de vida democrático.

Invitamos a periodistas y decisores de los medios de comunicación a asumir un rol activo en la dirección señalada y a unir esfuerzos con otros actores sociales: tanto con otros medios con los cuales un trabajo colaborativo permitiría ir a mayor escala y obtener mayor impacto social, como con investigadores y especialistas en el tema de género, organizaciones de mujeres, observatorios de derechos humanos, y de derechos las mujeres, organismos públicos nacionales e internacionales que definen y ejecutan políticas y programas de desarrollo de las mujeres, entre otros.

Apostamos por un periodismo comprometido con la conquista de una sociedad más justa. Sólo nos queda decir:

¡Manos a la obra!

Referencias bibliográficas

- Andrade, P., Mendoza, F., Contreras, M. y Vásquez, T. (2018) Manual para la incorporación de la perspectiva de género dentro de las organizaciones de medios de comunicación social. Disponible en: <https://www.uv.mx/blogs/obvio/files/2018/04/MANUAL-PARA-LA-INCORPORACION-DE-LA-PERSPECTIVA-DE-GENERO-.pdf>
- Argüello, M. (2012) La identidad de género: masculino versus femenino. Disponible en: <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/34671>
- Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela (2007) Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia (LODMVLV). Disponible en: https://venezuela.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/Ley_mujer%20%281%29_0.pdf
- Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana – WACC, por sus siglas en inglés (2015). Informe del proyecto de Monitoreo Global de Medios -GMMP, por sus siglas en inglés- Disponible en: http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/highlights/highlights_es.pdf
- Ayuntamiento de Terrassa (2004) Manual de comunicación no sexista. Disponible en: <https://www.nodo50.org/ameco/Manualnosexista.pdf>
- Ayuntamiento de Valencia (2012) Pensamos, nombremos, hablamos para un uso no sexista del lenguaje. Disponible en: https://unaf.org/wp-content/uploads/2012/05/05_12_folleto_uso_lenguaje_nosexista.pdf
- Benavente, M y Valdés, A (2014) Políticas públicas para la igualdad de género. Un aporte a la autonomía de las mujeres. Disponible en: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37226/1/S1420372_es.pdf
- Bourdieu, P. (2000) La dominación masculina. Barcelona. Editorial Anagrama, S.A.
- Carrasco, G. (2015) Callan los medios, hablan las audiencias. Revista Temas de Comunicación N° 31, julio-diciembre, pp. 103-122. Universidad Católica Andrés Bello.
- Carrasco, G. (2016) Ventajas del Coaching asociado a la PNL. Trabajo de Grado: Maestría Internacional en Coaching y Programación neurolingüística. Centro UNESCO.
- Carrasco, G. y Piña, E. Se buscan medios socialmente responsables. Revista Comunicación. Centro Gumilla 4° trimestre 2014, N° 168.
- Casigas, A. (2000) El patriarcado, como origen de la violencia doméstica. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/oaiart?codigo=206323>
- Comisión Europea (1998) 100 Palabras para la Igualdad. Glosario de términos relativos a la igualdad entre hombres y mujeres. Disponible en: <https://igualamos.files.wordpress.com/2012/05/palabras.pdf>
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999) Disponible en: <http://www.controlciudadano.org/web/wp-content/uploads/Constitucion-de-la-Rep-Bolivariana-de-Venezuela.pdf>
- Diputación de Valencia (2017) Guía de comunicación inclusiva y no sexista. Disponible en: <http://igualtat.dival.es/sites/default/files/public/guia-comunicacion-cas.pdf>
- Echeverría, R. (2005) Ontología del lenguaje. Chile: Comunicaciones Noreste Ltda
- Equivalencias en Acción (2016a). Infografía 6. Material no publicado. Caracas.
- Equivalencias en Acción (2016b). Infografía 5. Material no publicado. Caracas.
- Franco, A (2007) Alfabetização democrática: o que podemos pensar (e ler) para mudar nossa condição de analfabetos democráticos. Curitiba: FIEP, Rede de participação política do Empresariado. Recuperado de: <http://alfademo.blogspot.com/>
- Fempres (2002). Disponible en: <http://www.comunit.com/la/content/fempres-red-de-comunicacion-alternativa-de-la-mujer-americana-latina>

- Freundt-Thurne, U. (2005) Periodismo y visibilidad: el laberinto de la transparencia. Cuadernos de Información, núm. 18, 2005, pp. 12-21. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97117402002>
- Hassan, V. y Gil, A. (2016) La comunicación con enfoque de género, herramienta teórica y acción política. medios, agenda feminista y prácticas comunicacionales. el caso de Argentina. Revista de Estudios de Género. La ventana, vol. V, núm. 43, enero-junio, 2016, pp. 246-280, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88446717009>
- HAYS (2016) Ambición femenina: oportunidades de desarrollo profesional. Disponible en: https://www.hays.es/cs/groups/hays_common/documents/digitalasset/hays_1661884.pdf
- Instituto Nacional de las Mujeres de México (2007). El impacto de los estereotipos y los roles de género en México. Disponible en: http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100893.pdf
- Instituto Nacional de Estadística -INE- (2014) Boletín de Indicadores de Género II Semestre de 2013. Disponible en: http://www.ine.gov.ve/documentos/Boletines_Electronicos/Estadisticas_Sociales_y_Ambientales/Indicadores_de_Genero/pdf/201407.pdf
- Kislinger, L. (2015) Violencia mediática y simbólica en el contexto de la violencia contra la mujer: análisis de la legislación venezolana. Tesis de Maestría en Comunicación Social, Universidad Central de Venezuela, Caracas.
- La Cosificación Sexual (s.f.) Disponible en: <https://orbitadiversa.wordpress.com/2013/01/28/cosificacion-sexual/>
- La Silla Rota (2018) Deportes: Día de la Mujer. La alarmante brecha salarial entre hombres y mujeres en el deporte. Artículo escrito por Daniela Muñoz. Disponible en: <https://lasillarota.com/deportes/la-alarmante-brecha-salarial-entre-hombres-y-mujeres-en-el-deporte-futbol-tenis-golf-shanshan-feng/209331>
- Luhmann, N. (2000). "La realidad de los medios de masas". Anthropos. España. Primera Edición.
- Medianálisis (2015). Proyecto de Monitoreo Global de Medios. Informe Venezuela 2015. Disponible en: <https://medianalisis.org/wp-content/uploads/2018/02/Mujeres-y-Medios-de-Comunicaci%C3%B3n-en-Venezuela-%C2%BFHacia-un-escenario-de-igualdad-2015.pdf>
- Moya, A. (2016) Cosificación de las mujeres. Análisis de las consecuencias psicosociales de los piropos. Tesis doctoral, Universidad de Granada, España.
- Observatorio Andaluz de la Publicidad No Sexista (2008). Decálogo para identificar el sexismo en la publicidad. Publicado por Mujeres en Red y disponible en: <http://www.mujeresenred.net/spip.php?article1554>
- OEA (1994) Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer (Convención de Belém do Pará) Disponible en: https://venezuela.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/convencion_bellem.pdf
- OMS. (2013). Comprender y abordar la violencia contra las mujeres. Violencia sexual. Disponible en: https://oig.cepal.org/sites/default/files/20184_violenciasexual.pdf
- OMS (2017) Violencia contra la mujer: datos y cifras- Disponible en: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/violence-against-women>
- OMS (2018) Género y salud: datos y cifras- Disponible en: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/gender>
- ONU (1948) Declaración Universal de Derechos Humanos. Disponible en: disponible en esta dirección: <https://www.refworld.org/es/docid/47a080e32.html>
- ONU (1966) Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (PIDCP). Disponible en: <https://www.ohchr.org/sp/professionalinterest/pages/ccpr.aspx>
- ONU (1966a) Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (PIDESC). Disponible en: <https://www.ohchr.org/SP/ProfessionalInterest/Pages/CESCR.aspx>

- ONU (1979) Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer (CEDAW) Disponible en: <http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/text/sconvention.htm>
- ONU (1984) Convención contra la Tortura y Otros Tratos o Penas Crueles, Inhumanos o Degradantes (CTTPCID). Disponible en: <https://www.ohchr.org/SP/ProfessionalInterest/Pages/CAT.aspx>
- ONU (1993). Declaración sobre la Eliminación de la Violencia contra la Mujer. Nueva York: ONU.
- ONU (1995) Informe de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer. Disponible en: <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/Beijing%20full%20report%20S.pdf>
- ONU (2006). Poner fin a la violencia contra la mujer. De las palabras a los hechos. Estudio del Secretario General de las Naciones Unidas. Nueva York: ONU
- ONU (2013). Orientación Sexual e Identidad de Género en el Derecho Internacional de los Derechos humanos. Disponible en: <http://acnudh.org/wpcontent/uploads/2013/11/orientaci%C3%B3n-sexual-e-identidad-de-g%C3%A9nero2.pdf>
- ONU (s.f.) Curso de autoformación virtual sobre el modelo de protocolo latinoamericano de investigación de las muertes violentas de mujeres por razones de género. Glosario sobre feminicidio/femicidio. Disponible en: <http://escuelapnud.org/iniciativas/ohchr/index.php/glosario-sobre-femicidio>
- ONU Mujeres (2018) Hacer las promesas realidad: la igualdad de género en la agenda 2030 para el desarrollo sostenible. Disponible en: <http://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2018/sdg-report-gender-equality-in-the-2030-agenda-for-sustainable-development-2018-es.pdf?la=es&vs=834>
- Oxfam Intermon (s.f.) Taller de Género. Disponible en: <https://www.informarsobreviolenciamachista.com/>
- Peñuela, E. (s.f.) Manual para la elaboración de contenidos libres de sexismos. Ministerio del Poder Popular para la Mujer y la Igualdad de Género. Disponible en: <https://es.scribd.com/document/281384168/Manual-Para-La-Elaboracion-de-Contenidos-Libres-de-Sexismo>
- Pérez, P (Ed., 2018) El origen histórico de la violencia contra las mujeres. Madrid: Dilema Editorial
- Planned Parenthood (s.f.) Disponible en: <https://www.plannedparenthood.org/es/temas-de-salud/orientacion-sexual-y-genero>
- Ponce, M. y Di Brienza, M. (2012) Configuración de los hogares y condición de pobreza en Venezuela. 1995-2009. Temas de Coyuntura/66 (Diciembre 2012): pp. 135-174. Disponible en: http://w2.ucab.edu.ve/tl_files/IIES/recursos/Temas%20de%20Coyuntura%2066/5.Configuracion%20de%20los%20hogares_Ponce%20y%20Di%20Brienza.pdf
- Porras, L. y Molina, S. (s.f.) Manual de género para periodistas. Disponible en: <http://www.eird.org/orange-day/docs/genero/manual-de-genero-para-periodistas-pnud.pdf>
- Russell, D. (2016) Femicidio-femicidio: un paradigma para el análisis de la violencia de género. Disponible en: https://femicidio.net/sites/default/files/seccion_femicidio_paper_02.pdf
- Savater, F. (1999) Ética y Ciudadanía. Caracas: Monteávila Editores.
- Valcárcel, A. (2001) La memoria colectiva los retos el feminismo. Disponible en: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/58777/1/S01030209_es.pdf
- Valli, P. (2019) El 63% de las jóvenes que trabajan en medios sufrieron algún tipo de acoso. Artículo disponible en: <https://www.perfil.com/noticias/economia/el-63-de-las-jovenes-que-trabajan-en-medios-sufrieron-algun-tipo-de-acoso.phtml>
- Vega Montiel, A. (2014) El caso mexicano y la propuesta para transversalizar la Ley de Telecomunicaciones y Radiodifusión con perspectiva de género. En: Chaher, S (compiladora). Políticas públicas de comunicación y género en América Latina : un camino por recorrer. Disponible en: http://latinoamericano/newsite/images/pol%C3%ADticas_p%C3%ABlicas_final_web.pdf
- Vitónica (s.f) Mujeres y deportes. Disponible en: <https://www.vitonica.com/entrenamiento/las-xx-mujeres-que-han-hecho-historia-en-el-deporte>



AVESA

ASOCIACIÓN VENEZOLANA PARA UNA EDUCACIÓN SEXUAL ALTERNATIVA

*Desde 1984 trabajando por los derechos sexuales
y los derechos reproductivos en Venezuela*

AVESA es una organización no gubernamental feminista, que promueve los derechos sexuales, derechos reproductivos, el derecho a una vida libre de violencia y la igualdad de género, a través de la generación de conocimientos, actividades de atención, prevención, educación, investigación y promoción de apoyos sociales y políticos, dirigidos a personas y organizaciones en el ámbito nacional, con efectiva participación en redes internacionales.

 Avenida Libertador,
Edif. La Línea, Torre A,
Piso 10, Oficina 104-A.
Urb. Los Caobos,
Caracas - Venezuela

 + 58 (212) 781.92.10

 avesa3@gmail.com

 @AVESA_ONG_VZLA

 facebook.com/avesa.ong

 [avesaong](https://www.instagram.com/avesaong)

 [avesawordpress.
wordpress.com](https://www.avesawordpress.wordpress.com)

ALIADAS EN CADENA

APOYANDO EL DESARROLLO DE LA MUJER

Aliadas en Cadena A.C. es una organización sin fines de lucro, de mujeres para mujeres, fundada en el 2006; con el objetivo de contribuir a la erradicación de la pobreza femenina, promoción de los Derechos Humanos de las Mujeres y su empoderamiento en lo personal, social y económico.

La Organización funciona en el ámbito nacional a través de una red de siete Núcleos distribuidos en ciudades claves. Cuatro de ellos ubicados en la ciudad de Caracas y tres en ciudades como Maracaibo, Barquisimeto y Valencia.

 **SEDE PRINCIPAL**
Av. Francisco de Miranda
Edif. Mene Grande Piso 5,
Ofc. 5-4. Urb. Los Palos Grandes
Caracas - Venezuela

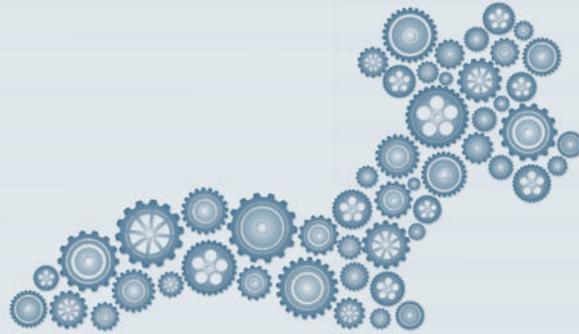
 + 58 (212) 935.9337 / 935.9338

 aliadasencadena2006@gmail.com

 @aliadasencadena

 Aliadas en Cadena





Por Nosotras

Acción por la Igualdad para el Desarrollo



AVESA



Financiado por la
Unión Europea