



LA COMUNICACIÓN COMO FUENTE DE PODER PARA LAS MUJERES

Bangkok, febrero 1994

Declaración de la Conferencia de Bangkok

Más de 400 comunicadoras de medios y redes de comunicación en más de 80 países de todos los continentes del mundo se reunieron en Bangkok, Tailandia (12- 17 de febrero 1994) para discutir asuntos relacionados con el tema de la Comunicación que Empodera a las Mujeres. El encuentro estuvo convocado por la Asociación Mundial de Comunicación Cristiana (WACC/AMCC), de Londres, Isis International de Manila y el International Women's Tribune Centre (IWTC) de Nueva York.

En el documento final, las participantes declararon:

Nuestra meta es una orden mundial más justa, sostenible y centrado en las personas. Nos preocupa las tendencias del desarrollo; la globalización de nuestras economías y de los medios de comunicación. Esto conlleva a una centralización del control tanto sobre los recursos como sobre la toma de decisiones, con el resultado de que una cultura domina y marginaliza a las mujeres, la naturaleza, las minorías y los pueblos indígenas y del Tercer Mundo.

Las mujeres nos preocupamos de las necesidades básicas de nuestras sociedades, de la creación de la vida y la preservación del medio ambiente, sin embargo estamos en el punto más bajo de todas las jerarquías, incluyendo los cuerpos religiosos. Al cumplir con nuestros intereses, también los intereses de toda la humanidad serán satisfechos.

En tanto mujeres que trabajamos en la comunicación, encaramos nuestro rol como el de asegurar que los intereses de las mujeres, sus aspiraciones y visiones sean ubicados centralmente y disseminados.

Los grandes medios son un instrumento dominado por los hombres al servicio de quienes ejercen el poder. A nivel global son controlados por el Norte; nacionalmente están en manos del élite local. Tal como están estructurados actualmente, estos medios de comunicación fomentan estilos de vida no-sustentables, el militarismo, la creciente pauperización y patrones de consumo que convierten a las personas en consumidores, no solo de bienes sino también de ideas e ideologías: las mujeres, los niños y la mayoría de los hombres permanecen invisibles y sus voces no se oyen. Hay una particular falta de respeto por la integridad y dignidad de las mujeres: estereotipadas y deshumanizadas, nos han transformado en objetos. El uso excesivo de la violencia en estos medios destruye las sensibilidades de toda la humanidad.



Por todos estos motivos, es esencial promover formas de comunicación que no solo cuestionen la naturaleza patriarcal de los medios sino que se esfuercen por descentralizarlos y democratizarlos: crear medios de comunicación que alienten el diálogo y el debate; medios que favorezcan a las mujeres y la creatividad popular; medios que reafirmen la sabiduría y los conocimientos de las mujeres, y que hagan de las personas sujetos y no objetos o blancos de los medios de comunicación. Medios que sean sensibles a las necesidades de las personas.

En los años desde la Conferencia Mundial de Mujeres de Nairobi, que en 1985 cerró el Decenio de las Mujeres de la ONU, nuestras redes y niveles de organización han crecido. Hemos realizado muchas intervenciones y tomado muchas acciones en todos los niveles: local, nacional e internacional. Sin embargo, a pesar de nuestros logros, las tendencias globales negativas son cada vez más poderosas.

En este contexto, hemos examinado varias estrategias que apuntan a reforzar y empoderar nuestras comunicaciones. Estas incluyen:

- Fortalecer los medios de comunicación populares y en particular, de las mujeres, incluyendo los cuentos, las artes visuales y teatrales que aporten a la construcción de los conocimientos, la sabiduría y la creatividad de los pueblos.
- La integración de valores humanísticos en nuestras creaciones mediáticas, tales como la armonía con la naturaleza, la cooperación, el cuidado, el amor y la compasión, y nuestras luchas por la libertad, a fin de asegurar que nuestras alternativas no se construyan sobre bases jerárquicas, antidemocráticas y elitistas.
- Metodologías de educación y capacitación para que las organizaciones de mujeres y grupos comunitarios puedan acceder a los medios existentes, a fin de poder comunicar efectivamente sus propios mensajes y preocupaciones
- Mayores oportunidades de capacitación técnica para las mujeres en el área de las comunicaciones.
- La incorporación en la educación y en la capacitación de profesionales de la comunicación, de la perspectiva de género, de la historia local y de la diversidad cultural.
- El desarrollo de pensums nacionales que alienten el pensamiento crítico entre las generaciones futuras mediante la educación formal e informal.
- La ampliación de la investigación y documentación sobre medios de comunicación con enfoque de género, a niveles locales.
- Promover cabildos y campañas dirigidas a los líderes de opinión y consumidores de medios a fin de concienciar al público sobre como las problemáticas del desarrollo afectan a las mujeres.
- Fortalecer redes de monitoreo con apoyo legal, para garantizar el funcionamiento democrático de los medios.

Las redes:

- Fortalecer nuestros vínculos con aliadas/os potenciales en las jerarquías (gobiernos, políticos, corporaciones, donantes, administradores de medios) para convertir estas estrategias en acciones concretas.



- Forjar vínculos y solidaridad entre las mujeres y los hombres sensibles a las problemáticas de género que trabajan en los medios de comunicación, en todos los niveles y condiciones.
- Seguir construyendo vínculos entre redes de mujeres y forjar vínculos más amplios con otras redes orientadas hacia las personas.
- Identificar las consideraciones particulares de las redes y fortalecer los intercambios de información: entre grupos y organizaciones urbanos y rurales; a través de las barreras de idiomas, a diversos niveles de conciencia y de acceso a la tecnología, en condiciones de opresión.
- Asegurar la diseminación la más amplia y apropiada de información con relación a las reuniones de las Naciones Unidas que conciernen la vida y el futuro de los pueblos, incluyendo la capacitación en metodologías sobre cómo utilizar esa información.
- Asegurar la participación de las mujeres y la inclusión de las perspectivas de las mujeres en todas las fases del proceso preparatorio de estas reuniones.

También llamamos a las organizadoras del Encuentro para que promuevan las siguientes actividades:

- Un esfuerzo mundial para documentar todas las formas de prácticas de comunicación de las mujeres y la organización de talleres sobre como utilizarlas de manera efectiva.
- Explorar posibilidades para establecer una red satelital de mujeres.
- Asegurar una ágil diseminación global de los puntos de vista de las mujeres durante la Conferencia Mundial sobre Mujeres y Foro de ONGs en Beijín, mediante comunicación satelital.
- Organizar una producción en video sobre la vida de mujeres a través del mundo para que sea presentada y difundida en Beijín.
- Construir el apoyo para que, durante la Conferencia de Beijín, los medios de comunicación a nivel mundial consagren un día a promover programas hechos por y sobre las mujeres.
- Organizar un día, a inicios de 1995, para el monitoreo de todos los medios y utilizar los datos como la base para una análisis de dónde están las mujeres.
- Conseguir apoyos para que 1996 sea declarado el Año Internacional de las Mujeres en Comunicación.

Recomendamos además que para lograr nuestra meta de justicia social y democracia participativa, será necesario presionar a quienes detienen actualmente el poder. En consecuencia hemos identificado las siguientes estrategias a fin de focalizar estos esfuerzos:

Gobiernos y Quienes Formulan Políticas:

Para que implementen las numerosas convenciones internacionales y acuerdos relacionadas con las mujeres, incluyendo las Estrategias orientadas hacia el futuro para el adelanto de la Mujer, de Nairobi, la Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra las Mujeres, La Declaración de Derechos Humanos de Viena, la Agenda 21.

Agencias de Ayuda Financiera:

Para que reexaminen sus políticas de apoyo financiero y den prioridad a fortalecer los medios y redes de comunicación de mujeres, mediante un apoyo relevante, práctico y sustantivo.



ANEXO:

Durante la última sesión plenaria del Encuentro, se expresaron también las siguientes preocupaciones y llamados:

- Preocupación por el crecimiento del fundamentalismo religioso acompañado por la violencia y la supresión de las voces de las mujeres.
- El reconocimiento que las mujeres tienen el derecho de controlar su sexualidad y que en nuestro rol de comunicadoras, no perpetuemos la invisibilidad de las lesbianas ni presumimos que todas las personas sean heterosexuales.
- Un llamado a todos los gobiernos para que liberen a los escritores y periodistas que son presos políticos.
- Preocupación por la explotación de niñas y mujeres en la industria del sexo.

Bangkok, 17 de febrero de 1994



ENCUENTRO REGIONAL DE COMUNICACIÓN DE GÉNERO

Quito, 9-10 de Abril 1994

Declaración final

Las comunicadoras de América Latina y el Caribe, representantes de redes de comunicación internacionales, regionales y nacionales, reunidas en Quito (Ecuador) el 9 y 10 de abril de 1994, atendiendo a la convocatoria de la Agencia Latinoamericana de Información y la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, con el fin de profundizar la reflexión sobre el papel de la comunicación de género en la sociedad y consolidar procesos convergentes para llevar a cabo acciones comunes y elaborar estrategias de participación en la IV Conferencia Mundial de Mujeres (Beijing 95), manifestamos que:

En el mundo actual, la comunicación y la información ejercen una influencia cada vez más decisiva en la orientación social, política y cultural de nuestras sociedades.

La creciente concentración monopólica de los medios de comunicación limita el ejercicio del derecho de la ciudadanía a la libre expresión y el acceso a la información, particularmente de los sectores socialmente marginados. Es más, sin información, no puede haber participación ciudadana en la toma de decisiones de interés común.

En particular hay una sistemática discriminación contra las mujeres, cuyas acciones, intereses y movimientos no son tomados en cuenta.

En este contexto, es esencial propiciar la democratización de las comunicaciones y afirmar el papel de la comunicación de género como un elemento indispensable para consolidar las prácticas democráticas.

Reafirmamos que la comunicación de género, como tema y práctica, es un elemento estratégico para el avance de las mujeres y de su movimiento.

Por lo tanto, planteamos la necesidad de:

Fundamentar prácticas comunicativas basadas en la igualdad social entre los géneros, que aseguren la libertad de información y expresión sobre diversos estilos de vida, orientaciones sexuales, derechos reproductivos.

Reforzar la criticidad sobre los mensajes y las imágenes negativas y estereotipadas que transmiten los medios de comunicación y que alimentan la desigualdad entre los géneros y la violencia. Influir, a través de las comunicadoras de los medios de comunicación, para propiciar el cambio en las imágenes sobre mujeres.

Propiciar, a través de las comunicaciones, el mejoramiento de la situación económica, social, política y cultural de las mujeres afro latinoamericanas y caribeñas y las mujeres indígenas, en reconocimiento a la diversidad étnica y racial de nuestra región.

Maximizar el potencial de las redes de comunicación de género para buscar una mayor trascendencia de las propuestas que emanan de las mujeres y su movimiento.

Reforzar las redes de comunicadoras de Sur y sus vínculos con otros sectores organizados. Propiciar el diálogo Norte/Sur entre comunicadoras para desarrollar una acción conjunta frente a los monopolios de la comunicación.



Reivindicar el derecho de acceder a las nuevas tecnologías de comunicación, como herramientas que favorecen una comunicación mas horizontal y democrática.

Para desarrollar estos planteamientos, llegamos a los siguientes acuerdos de acción y coordinación:

- 1) Crear un FORO PERMANENTE DE COMUNICACIÓN DE GENERO, de carácter abierto y plural, con la finalidad de coordinar actividades, intercambiar información y abrir un espacio de reflexión y debate sobre la comunicación de género.

Esta propuesta parte del respeto a la autonomía de cada instancia participante y de la firme convicción sobre la necesidad de promover acciones complementarias que permitan la visibilidad de la comunicación de genero en todas los ámbitos.

- 2) Frente a la IV Conferencia Mundial de Mujeres acordamos:

Formular propuestas de las comunicadoras de género en las instancias internacionales, particularmente en la Reunión Regional en Argentina y en la Conferencia Mundial de Mujeres, con el fin de priorizar la problemática de la comunicación de género como parte integral de la Agenda de estas reuniones.

Realizar un Foro sobre Comunicación de Género en la Reunión Regional de Argentina y en Beijing para promover las propuestas formuladas por las comunicadoras en diversos espacios previos:

Encuentro Latinoamericano de Medios de Comunicación Alternativa y Popular (Quito 93), La Comunicación como fuente de poder para las Mujeres (Bangkok 94), Encuentro Regional de Comunicación de Género (Quito, 94) y otros.

Visibilizar las reivindicaciones de los movimientos de mujeres del Sur.

Reivindicar el año de la comunicación de género, para multiplicar los espacios comunicacionales para las mujeres.

- 3) Acogiendo la iniciativa de la Red de mujeres Afro latinoamericanas y caribeñas, que ha declarado el 25 de julio de cada año como día internacional de las mujeres Afro latinoamericanas y caribeñas, proponemos el mes de julio como mes de divulgación especializada en los temas étnicos raciales.

Quito, 10 de abril de 1994.

Organismos participantes:

ALAI-Area Mujeres, ALER, AMARC-Red de Mujeres, APC-Programa Mujeres, CDE-Mujer/Paraguay, CEPAM/Ecuador, Conducta Impropia, Enfo Fanm/Haití, FEMPRESS, Flora Tristan/Perú, ISIS, Nodo Nicarao, RAIF/FIRE, Red de Mujeres Afro-latinoamericanas y Afro-caribeñas, Red de Mujeres en Comunicación / Ecuador, Red Juvenil Latinoamericana para el Desarrollo Sustentable, SEM/WFS, WACC/AMCC.



PLATAFORMA DE ACCIÓN DE TORONTO

Simposio Internacional sobre La Mujer y los Medios de Comunicación
Toronto, Marzo 1995

PREÁMBULO

En los últimos veinte años, el mundo ha asistido a una verdadera explosión en el sector de las comunicaciones. Con los adelantos registrados en la tecnología de las computadoras y en la televisión por satélite y por cable, el acceso global a la información, cuando es usado democráticamente sigue aumentando, lo que da lugar a nuevas oportunidades de participación a la mujer en las comunicaciones y en los medios de difusión, así como de difusión de información sobre la mujer. Sin embargo, todos estos adelantos plantean nuevas amenazas. Estos pueden afectar negativamente a las culturas y valores existentes en los países recibidores. Con el resurgimiento de creencias reaccionarias en algunos países, los medios de difusión se vuelven también un arma de dominación y de oscurantismo. Finalmente, la situación global actual en los medios de difusión muestra una perpetuación y un fortalecimiento de imágenes negativas de la mujer que no proporcionan una imagen precisa y realista de los diversos roles y contribuciones de la mujer a un mundo que cambia constantemente. Aún más insidioso es el uso por los medios de difusión del cuerpo de la mujer como objeto sexual y de la violencia contra la mujer como «entretenimiento». Si hubiera una mayor participación de mujeres en las esferas técnicas y políticas de las comunicaciones y los medios de difusión, habría una mayor comprensión de la realidad de la mujer desde su propia perspectiva.

I. ACCIONES GLOBALES

1.

Nosotros, las y los participantes en el Simposio Internacional: La Mujer y los Medios de Comunicación, Acceso a la Expresión y a la Adopción de Decisiones, proponemos las siguientes acciones con estos objetivos de largo plazo en mente:

- 1.1 Incrementar el acceso de la mujer a la expresión en, y a través de, los medios de comunicación;
- 1.2 Incrementar el acceso de la mujer y su participación en el proceso de toma de decisiones y en la dirección de los medios de comunicación a fin de alentarlos a fomentar las aportaciones positivas de la mujer a la sociedad;
- 1.3 Utilizar la comunicación como fuerza impulsora en la promoción de la participación activa e igualitaria de la mujer en el desarrollo, dentro de un contexto de paz e igualdad, conservando la libertad de expresión y la libertad de la prensa.
- 1.4 Reconocer la importancia de las redes de medios de comunicación de mujeres a nivel mundial, tanto aquellas que proporcionan noticias sobre las actividades e intereses de las mujeres a los medios masivos de comunicación como aquellas que utilizan medios alternativos para hacer llegar a las mujeres y a los grupos de



mujeres información que las ayude y apoye en sus actividades personales, familiares y de desarrollo comunitario.

- 1.5 Reconocer los derechos de todas las mujeres a tener acceso a la expresión y participación en los medios de comunicación, en especial aquellas que pertenecen a grupos discriminados tales como incapacitados, indígenas y mujeres de distinta orientación sexual.

2.

Nosotros, las y los participantes en el Simposio de Toronto, alentamos a las empresas de medios de comunicación a llevar a cabo las siguientes acciones, si todavía no se han emprendido:

- 2.1. Adoptar programas de acción positivos, incluyendo igual salario por igual trabajo, igualdad en el acceso a la capacitación, procedimientos de ascenso justos y claros, metas y agendas para lograr una proporción justa de mujeres en puestos de toma de decisión, contra el hostigamiento sexual, a fin de que las mujeres puedan alcanzar su pleno potencial como profesionales de los medios de comunicación.
- 2.2. Adoptar programas de concienciación de género destinados a ambos, mujeres y varones profesionales de los medios de comunicación, para promover una mayor igualdad y diversidad en la representación de mujeres y varones.
- 2.3. Desarrollar políticas editoriales que sean sensibles al género y reflejen la igualdad entre los géneros para que las perspectivas de las mujeres se incluyan en todas las áreas.
- 2.4. Sensibilizar a directivos y profesionales para que aumenten la cobertura de los puntos de vista de la mujer, especialmente en noticias sobre política, economía, negocios y ciencia.
- 2.5. Reconocer a las mujeres como fuentes de información autorizadas, expertas y líderes de opinión, es decir, como fuentes de noticias en todos los temas y no relegarlas al terreno de los «temas de mujer».
- 2.6. Preparar, en cooperación con organizaciones de periodistas, pautas y guías de estereotipos de género para que reporteros y editores las utilicen cuando escriban y revisen sus artículos.
- 2.7. Incluir a mujeres en los comités auto-reguladores de los medios de comunicación y otros comités ejecutivos que propongan guías de orientación de programas, presupuestos, contratos y documentos para el personal.
- 2.8. Alentar a los/las directivos/as de los medios de comunicación para que incluyan en sus anuncios de reclutamiento y materiales para el personal el hecho de que se garantiza la igualdad de oportunidades.
- 2.9. Evitar preguntas sobre el sexo o estado civil en los formularios de solicitud de empleo.
- 2.10. Tomar medidas, en cuanto sea posible, para poder ofrecer servicios de comedor y guardería en los locales de trabajo, dado que los horarios de cobertura de noti-



cias de última hora no pueden ser previstos y dada la doble carga de la mujer para equilibrar necesidades profesionales y familiares.

- 2.11 Impulsar la creación de orientaciones éticas adaptadas a todos los tipos de medios de comunicación, incluyendo las tecnologías «on-line» y de realidad virtual, así como mecanismos de control con respecto a imágenes que son discriminatorias o que violan los derechos de los niños y de las mujeres en informaciones, publicidad, mercadeo y entretenimiento; el objetivo de ello no es limitar la libertad de expresión y de la prensa sino asegurar el respeto a los derechos y la dignidad humanos.
- 2.12 Mantener y fomentar el concepto de los medios como un servicio público. Alentar los programas de información y educación sobre temas que conciernen a la mujer.
- 2.13 Difundir la legislación y convenciones internacionales sobre la mujer en idiomas locales con el fin de educar a la mujer sobre sus derechos.
- 2.14 Educar a mujeres y varones, jóvenes y mayores, sobre todas las formas de violencia contra las mujeres y acentuar las soluciones para eliminar esta violencia.
- 2.15 Diseñar programas de sensibilidad hacia los géneros para ejecutivos de los medios de comunicación y capacitarlos para ser guardianes responsables de que no se presente a la mujer en forma discriminatoria y estereotipada en los medios de comunicación.
- 2.16 Estudiar la manera de tratar los tópicos de violencia contra las mujeres, dentro de un contexto educativo y no explotador.

3.

Nosotros, las y los participantes en el Simposio de Toronto, alentamos a las asociaciones profesionales de medios de comunicación a que lleven a cabo las siguientes acciones, si todavía no se han emprendido:

- 3.1 Establecer y aumentar la adhesión a redes locales, regionales, nacionales e internacionales de mujeres profesionales de los medios de comunicación con el fin de tratar sus intereses profesionales, crear programas de padrinazgo, facilitar contactos para la capacitación y el desarrollo profesional, y desarrollar el sentido de orgullo y profesionalismo de la mujer.
- 3.2 Promover la cooperación activa Norte/Sur y Sur/Sur entre las asociaciones de periodistas, organizaciones de mujeres profesionales de los medios de comunicación, grupos de derecho de mujeres y asociaciones políticas de mujeres.
- 3.3 Presionar para que se creen consejos de normas de publicidad que desarrollen normativas sobre el uso de lenguaje sexista y de prejuicios de género sobre la mujer en las imágenes publicitarias de la mujer.
- 3.4 Aconsejar a los pequeños medios de comunicación, especialmente aquellos que lleguen a mujeres en las áreas rurales y urbano-marginales, sobre temas profesionales como las tecnologías disponibles óptimas para sus necesidades.
- 3.5 Alentar la adopción de guías de orientación de representación de los géneros en consulta con las mujeres de los medios de comunicación, que apoyen la representación de la mujer en su diversidad y reconozcan sus derechos fundamentales a la igualdad, seguridad y dignidad y para ayudar en implementar estas guías de orientación.



4.

Nosotros, las y los participantes en el Simposio de Toronto, alentamos a las instituciones educativas y de capacitación de los medios de comunicación a que lleven a cabo las siguientes acciones, si todavía no se han emprendido:

- 4.1 Alentar el diálogo entre el sector de los medios de comunicación y el campo de la educación en general para aumentar la concienciación pública de la representación de la mujer en los medios de comunicación.
- 4.2 Promover programas de educación sobre los medios de comunicación para el público en general, especialmente los niños, con el fin de desarrollar facultades críticas en la sociedad para la recepción de los mensajes difundidos por los medios, así como concienciar sobre las imágenes discriminatorias y estereotipadas que alimentan las desigualdades entre géneros, y prevenir los prejuicios que puedan ser causados por la representación en la televisión de la violencia contra la mujer.
- 4.3 Adoptar programas de concienciación de género, historia local y diversidad cultural, dirigidos tanto a mujeres como a varones profesionales de los medios de comunicación en todas las instituciones de capacitación en comunicación.
- 4.4 Organizar y estimular la capacitación de la mujer en periodismo, cine, producción de video, habilidades técnicas y mecánicas y en áreas especializadas como la cultura, educación, ciencia, tecnología, medio ambiente, economía, política, negocios y deportes.
- 4.5 Formar a las estudiantes y profesionales de la comunicación en el área de dirección y en temas relacionados con éste, como la comunicación interpersonal y la toma de decisiones, con el fin de fomentar empresas de medios de comunicación de mujeres.
- 4.6 Patrocinar pasantías profesionales a corto o largo plazo o intercambios a fin de mejorar la capacidad profesional de las mujeres de los medios de comunicación.
- 4.7 Alentar el desarrollo de la participación de la mujer en grupos de discusión electrónicos, paneles computarizados, boletines electrónicos, boletines por fax y otros medios alternativos y nuevas tecnologías de información.
- 4.8 Desarrollar y apoyar organismos de control que analicen el contenido de los artículos y de la publicidad en los medios de comunicación con respecto a la representación de los géneros.

5.

Nosotros, las y los participantes en el Simposio de Toronto, alentamos a los gobiernos a llevar a cabo las siguientes acciones, si todavía no se han emprendido:

- 5.1 Incluir a las mujeres de manera equitativa en los comités de reforma del gobierno y otros órganos parlamentarios, de consulta, políticos o de regulación que traten la publicidad y las políticas de comunicación.
- 5.2 Asignar presupuestos para programas que permitan un acceso equitativo de la mujer a las telecomunicaciones y a la capacitación en informática, entre otras tecnologías de comunicación.
- 5.3 Revisar e implementar la legislación con respecto a pornografía, en consulta con los ciudadanos interesados.



- 5.4 Abolir todas las leyes que efectivamente limitan la libertad de expresión y la libertad de asociación y aquellas que resultan en la discriminación de las mujeres.
- 5.5 Establecer un marco legal que garantice el derecho a buscar, recibir e impartir información libremente a mujeres y varones y limitarse de definir la ética de los periodistas, lo cual es de la competencia de quienes practican la profesión del periodismo.

6.

Nosotros, las y los participantes en el Simposio de Toronto, alentamos a las organizaciones internacionales y nacionales, gubernamentales y no gubernamentales, incluyendo instituciones de investigación, a que lleven a cabo las siguientes acciones, si todavía no se han emprendido:

- 6.1 Conectar más eficazmente entre sí a voluntarios locales, investigadores en comunicación, ONGs, grupos de presión, redes alternativas de medios de comunicación y grupos políticos en lo que concierne a la mujer y los medios de comunicación.
- 6.2 Establecer una red internacional en línea para el intercambio de información sobre la representación de las mujeres en los medios de comunicación e información en las empresas de medios de comunicación de mujeres.
- 6.3 Desarrollar y fortalecer formas tradicionales de comunicación tales como cuentos y drama, especialmente para mujeres de áreas rurales.
- 6.4 Introducir o extender estaciones de radio comunitarias como medio para aumentar la participación y contribución de la mujer a los medios de comunicación y al desarrollo económico local, especialmente en las áreas de alto analfabetismo.
- 6.5 Establecer, en cooperación con los ejecutivos de estaciones públicas de radio y televisión, una videoteca internacional sobre la representación de la mujer para usarse en seminarios y talleres orientados a aumentar la concienciación de los profesionales de los medios de comunicación y del público en general.
- 6.6 Asegurar que las organizaciones internacionales gubernamentales e intergubernamentales que tratan temas de comunicación tengan como objetivo la igualdad en la participación de mujeres y varones en programas, salarios y oportunidades de avance profesional.
- 6.7 Estimular los procedimientos para la consideración adecuada de las quejas de consumidores planteadas ante las empresas de medios de comunicación o los anunciantes con respecto al contenido de artículos o avisos que presentan a la mujer en una forma discriminatoria.
- 6.8 Promover la libre circulación de información con respecto a los grupos de apoyo económico interesados en el desarrollo de proyectos de comunicación relativos a la mujer.
- 6.9 Expandir bancos de datos y desarrollar investigación acerca de los géneros y los medios de comunicación, para su amplia distribución.
- 6.10 Desarrollar sistemas de seguimiento y evaluación como parte de la investigación en la programación de comunicación de mujeres para determinar qué es lo que funciona y qué necesita ser mejorado.



- 6.11 Apoyar la publicación de estudios relativos a la imagen de la mujer en los medios de comunicación, estudios de audiencia, hábitos de escuchar, esperar y leer, políticas de medios de comunicación, modalidades de propiedad de los medios de comunicación; todo esto como una inversión para edificar una base para la evaluación y el planeamiento.
- 6.12 Llevar a cabo investigaciones sobre diversas tecnologías alternativas, tradicionales, locales y populares, así como nuevas tecnologías usadas por las mujeres.
- 6.13 Recopilar y distribuir bibliografías anuales sobre las principales actividades y conclusiones de investigación con respecto a la mujer en comunicación y desarrollo.
- 6.14 Asumir estudios de investigación acerca del impacto en los espectadores del contenido de los productos de los medios de comunicación, especialmente de la violencia contra la mujer.
- 6.15 Apoyar los esfuerzos de las ONGs para proporcionar asistencia técnica y capacitación en métodos y tecnologías de comunicaciones a grupos locales y nacionales que están tratando de llegar a comunidades aisladas, usando lenguajes apropiados y canales no disponibles a las redes regionales e internacionales.
- 6.16 Promover el diálogo entre las organizaciones representativas de los periodistas y los ejecutivos de los medios de comunicación para debatir sobre un enfoque conjunto a los problemas éticos de los periodistas con respecto a la representación de los géneros.
- 6.17 Incluir una dimensión de comunicación en los programas de desarrollo, en particular aquellos orientados a las mujeres.
- 6.18 Condenar todos los tipos de extremismo, en especial el extremismo religioso, que pone en riesgo los derechos de la mujer y la democracia.

7.

Nosotros, las y los participantes en el Simposio de Toronto, alentamos a las empresas de medios de comunicación, asociaciones profesionales de medios, organizaciones internacionales y nacionales, gubernamentales y no gubernamentales, instituciones educativas y de capacitación en comunicación y gobiernos, a llevar a cabo la siguiente acción:

- 7.1 Hacer un llamamiento para que los hombres adopten acciones que conduzcan a lograr la igualdad de la mujer en los medios de comunicación, ya que la igualdad entre hombres y mujeres concierne a todas las personas y afecta el funcionamiento y desarrollo mismo de nuestras sociedades.
- 7.2 Desarrollar metodologías educativas y de capacitación que permitan a las organizaciones de mujeres y grupos comunitarios comunicar de una manera efectiva sus propios mensajes y preocupaciones y acceder a los medios de comunicación existentes.



II. ACCIONES ESPECIFICAS E INMEDIATAS

1.

Nosotros, las y los participantes en el Simposio de Toronto, alentamos a la UNESCO a:

- 1.1 Formar una red WOMMED/FEMMED entre observadores, observadoras y participantes del Simposio de Toronto con el fin de trabajar juntos para llevar a cabo las acciones propuestas.
- 1.2 Establecer una videoteca sobre la Mujer y los Medios y una depositaria documental que contenga los cientos de propuestas de la actividad paralela al Simposio de Toronto: «Desmitificando a los Medios de Comunicación para el Progreso Social».
- 1.3 Imprimir la «Plataforma de Toronto» para su aprobación por la Conferencia General de la UNESCO y luego de su aprobación, solicitar que su implementación sea supervisada en forma regular.

2.

Nosotros, las y los participantes en el Simposio de Toronto, alentamos a los empresas de medios de comunicación a:

- 2.1 Establecer y diversificar productos y servicios de los medios de comunicación que reflejen las culturas e idiomas locales a fin de estimular la participación local de la mujer.
- 2.2 Adoptar programas de igualdad de oportunidades para asegurar que las mujeres tengan igual acceso a posiciones de toma de decisiones en los medios de comunicación.
- 2.3 Desarrollar guías de orientación sobre la representación de los géneros, en cooperación con las organizaciones profesionales de periodistas y de medios de comunicación.

3.

Nosotros, las y los participantes en el Simposio de Toronto, alentamos a las asociaciones profesionales de medios de comunicación a:

- 3.1 Estimular políticas de reclutamiento y de promociones que ofrezcan igualdad de oportunidades, así como guías de orientación para ofrecer información de una manera no sexista.
- 3.2 Publicar directorios de mujeres profesionales en los medios de comunicación para que sirvan como instrumentos para la cooperación o «networking» y ofrecer talleres de concienciación de género para los profesionales de los medios, así como capacitación práctica en comunicación para grupos de mujeres no expertas.

4.

Nosotros, las y los participantes del Simposio de Toronto, alentamos a las organizaciones internacionales y nacionales, gubernamentales y no gubernamentales, incluyendo las instituciones de capacitación en comunicación, a:



- 4.1 Asegurar que se adopten varios temas sobre las aportaciones de la mujer a los medios de comunicación para el Día Mundial de la Libertad de Prensa y otras celebraciones de importancia.
- 4.2 Hacer un llamamiento para que los hombres adopten acciones que conduzcan a lograr la igualdad de la mujer en los medios de comunicación, ya que la igualdad entre hombres y mujeres concierne a todas las personas y afecta el funcionamiento y desarrollo mismo de nuestras sociedades.
- 4.3 Controlar y denunciar ataques contra profesionales de los medios de comunicación que expongan o se manifiesten contra extremistas, ya sean políticos, religiosos, raciales, etc.
- 4.4 Continuar aumentando el número de proyectos de radios comunitarias dado el elevado índice de analfabetismo en las áreas rurales y urbanas.
- 4.5 Patrocinar la capacitación en técnicas de edición por ordenador y mercadeo para los nuevos pequeños medios de comunicación dirigidos por mujeres, especialmente en las áreas rurales.



PLATAFORMA DE BEIJING

Capítulo: Objetivos estratégicos y medias»

Septiembre 1995

J. La mujer y los medios de difusión

234. En el último decenio, los avances en la tecnología de la información han facilitado el desarrollo de Una red mundial de comunicaciones que trasciende las fronteras nacionales y que influye en las políticas estatales, las actitudes privadas y el comportamiento, en especial de los niños y adultos jóvenes. Existe en todas partes la posibilidad de que los medios de comunicación contribuyan en mucha mayor medida al adelanto de la mujer.

235. Aunque ha aumentado el número de mujeres que hacen carrera en el sector de las comunicaciones, pocas son las que han llegado a ocupar puestos directivos o que forman parte de juntas directivas y órganos que influyen en la política de los medios de difusión. Se nota la desatención a la cuestión del género en los medios de información por la persistencia de los estereotipos basados en el género que divulgan las organizaciones de difusión públicas y privadas locales, nacionales e internacionales.

236. Hay que suprimir la proyección constante de imágenes negativas y degradantes de la mujer en los medios de comunicación, sean electrónicos, impresos, visuales o sonoros. Los medios impresos y electrónicos de la mayoría de los países no ofrecen una imagen equilibrada de los diversos estilos de vida de las mujeres y de su aportación a la sociedad en un mundo en evolución. Además, los productos violentos y degradantes o pornográficos de los medios de difusión también perjudican a la mujer y su participación en la sociedad. Los programas que insisten en presentar a la mujer en sus papeles tradicionales pueden ser igualmente restrictivos. La tendencia mundial al consumismo ha creado un clima en el que los anuncios y mensajes comerciales a menudo presentan a la mujer como consumidora y se dirigen a las muchachas y a las mujeres de todas las edades en forma inapropiada.

237. Debería potenciarse el papel de la mujer mejorando sus conocimientos teóricos y prácticos y su acceso a la tecnología de la información, lo que aumentará su capacidad de luchar contra las imágenes negativas que de ella se ofrecen a escala internacional y de oponerse a los abusos de poder de una industria cada vez más importante. Hay que instaurar mecanismos de autorregulación en los medios de difusión y fortalecerlos, así como idear métodos para erradicar los programas en los que haya sesgo de género. La mayoría de las mujeres, sobre todo en los países en desarrollo, carecen de acceso efectivo a las infopistas electrónicas, que están en vías de expansión y, por lo tanto, no pueden crear redes que les ofrezcan nuevas fuentes de información. Así pues, es necesario que las mujeres intervengan en la adopción de las decisiones que afectan al desarrollo de las nuevas tecnologías, a fin de participar plenamente en su expansión y en el control de su influencia.



238. Al abordar el problema de la movilización de los medios de difusión, los gobiernos y otros sectores deberían fomentar una política activa y visible de incorporación de una perspectiva de género en sus políticas y programas.

Objetivo estratégico J.1. Aumentar el acceso de la mujer su participación en la expresión de sus ideas y la adopción de decisiones en los medios de difusión y por conducto de ellos, así como en las nuevas tecnologías de comunicación.

Medidas que han de adoptarse

239. Medidas que han de adoptar los gobiernos:

- a) Fomentar la educación, la capacitación y el empleo de la mujer a fin de promover y asegurar su igual acceso a todas las esferas y niveles de los medios de difusión;
- b) Fomentar la investigación de todos los aspectos de la imagen de la mujer en los medios de difusión para determinar las esferas que requieren atención y acción y examinar las actuales políticas de difusión con miras a integrar una perspectiva de género;
- c) Promover la participación plena y equitativa de la mujer en los medios de difusión, incluida la participación en la gestión, la producción de programas, la educación, la capacitación y la investigación;
- d) Procurar que se distribuyan equitativamente los nombramientos de mujeres y hombres en todos los órganos consultivos, de gestión, de reglamentación o de supervisión, incluidos los relacionados con los medios de difusión privados y estatales o públicos;
- e) Alentar a esos órganos, en la medida en que ello no atente contra la libertad de expresión, a que aumenten el número de programas destinados a la mujer y realizados por mujeres, para velar por que las necesidades y los problemas de la mujer se traten en forma apropiada;
- f) Estimular y reconocer las redes de comunicación de mujeres, entre ellas las redes electrónicas y otras nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación, como medio para la difusión de información y el intercambio de ideas, incluso en el plano internacional, y brindar apoyo a los grupos de mujeres que participan en todos los ámbitos de los medios de difusión y de los sistemas de comunicación a ese efecto;
- g) Alentar la utilización creativa de programas en los medios de difusión nacionales, y proporcionar medios o incentivos a ese efecto, con miras a divulgar información sobre las diversas formas culturales de la población autóctona, y el desarrollo de los aspectos sociales y educacionales conexos en el marco del derecho nacional;
- h) Garantizar la libertad de los medios de difusión y su protección subsiguiente dentro del marco del derecho nacional y alentar, de manera compatible con la libertad de expresión, la participación positiva de los medios de difusión en las cuestiones sociales y de desarrollo.



240. Medidas que han de adoptar los sistemas de difusión nacionales e internacionales:

Elaborar, en la medida en que ello no atente contra la libertad de expresión, mecanismos reglamentarios, incluidos los voluntarios, que permitan a los sistemas de comunicaciones internacionales y a los medios de difusión presentar una imagen equilibrada y diferenciada de la mujer y que fomenten una mayor participación de la mujer y el hombre en las esferas de la producción y la adopción de decisiones.

241. Medidas que han de adoptar los gobiernos, según proceda, o los mecanismos nacionales para el adelanto de la mujer:

- a) Fomentar la organización de programas de educación y capacitación de la mujer a fin de que se prepare información destinada a los medios de difusión, incluida la financiación de actividades experimentales y la utilización de nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación, a la cibernética y a la comunicación espacial y por satélite, ya sea en la esfera pública o privada;
- b) Alentar la utilización de los sistemas de comunicación, incluidas las nuevas tecnologías, como medio de fortalecer la participación de la mujer en los procesos democráticos;
- c) Facilitar la compilación de una lista de especialistas en los medios de difusión en cuestiones relacionadas con la mujer;
- d) Alentar la participación de la mujer en la elaboración de directrices profesionales y códigos de conducta u otros mecanismos apropiados de autorregulación para fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión.

242. Medidas que han de adoptar las organizaciones no gubernamentales y las asociaciones profesionales de difusión:

- a) Estimular la creación de grupos de control que puedan vigilar a los medios de difusión y celebrar consultas con ellos a fin de velar por que las necesidades y los problemas de la mujer se reflejen en forma apropiada;
- b) Capacitar a la mujer para que pueda utilizar mejor la tecnología de la información aplicada a la comunicación y a los medios de difusión, incluso en el plano internacional;
- c) Crear redes entre las organizaciones no gubernamentales, las organizaciones femeninas y las organizaciones de difusión profesionales y elaborar programas de información para esas organizaciones, a fin de que se reconozcan las necesidades concretas de la mujer en los medios de difusión, y facilitar una mayor participación de la mujer en la comunicación, en particular en el plano internacional, en apoyo del diálogo Sur-Sur y Norte-Norte entre esas organizaciones con miras, entre otras cosas, a promover los derechos humanos de la mujer y la igualdad entre la mujer y el hombre;
- d) Alentar al sector de los medios de difusión y a las instituciones de enseñanza y de capacitación en materia de medios de difusión a que elaboren, en los idiomas apropiados, formas de difusión destinadas a los grupos tradicionales autóctonos y a otros



grupos étnicos, tales como la narración, el teatro, la poesía y el canto, que reflejen sus culturas y a que utilicen esas formas de comunicación para difundir información sobre cuestiones sociales y de desarrollo.

Objetivo estratégico J.2. Fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión

Medidas que han de adoptarse

243. Medidas que han de adoptar los gobiernos y las organizaciones internacionales, en la medida en que no atenten contra la libertad de expresión:

- a) Fomentar la investigación y la aplicación de una estrategia de información, educación y comunicación orientada a estimular la presentación de una imagen equilibrada de las mujeres y las jóvenes y de las múltiples funciones que ellas desempeñan;
- b) Alentar a los medios de difusión y a los organismos de publicidad a que elaboren programas especiales para fomentar el interés en la Plataforma de Acción;
- c) Fomentar una capacitación que tenga en cuenta los aspectos relacionados con el género para los profesionales de los medios de difusión, incluidos los propietarios y los administradores, a fin de alentar la creación y la utilización de imágenes no estereotipadas, equilibradas y diferenciadas de la mujer en los medios de difusión;
- d) Alentar a los medios de difusión a que se abstengan de presentar a la mujer como un ser inferior y de explotarla como objeto sexual y bien de consumo, en lugar de presentarla como un ser humano creativo, agente principal, contribuyente y beneficiaria del proceso de desarrollo;
- e) Fomentar la idea de que los estereotipos sexistas que se presentan en los medios de difusión son discriminatorios para la mujer, degradantes y ofensivos;
- f) Adoptar medidas efectivas, que incluyan normas legislativas pertinentes, contra la pornografía y la proyección de programas en los que se muestren escenas de violencia contra mujeres y niños en los medios de difusión.

244. Medidas que han de adoptar los medios de información de masas y las organizaciones de publicidad:

- a) Elaborar, en la medida en que ello no atente contra la libertad de expresión, directrices profesionales y códigos de conducta y otras formas de autorregulación para fomentar la presentación de imágenes no estereotipadas de la mujer;
- b) Establecer, en la medida en que ello no atente contra la libertad de expresión, directrices profesionales y códigos de conducta respecto de los materiales de contenido violento, degradante o pornográfico sobre la mujer en los medios de información, incluso en la publicidad;
- c) Introducir una perspectiva de género en todas las cuestiones de interés para las comunidades, los consumidores y la sociedad civil;
- d) Aumentar la participación de la mujer en la adopción de decisiones en los medios de información en todos los niveles.



245. Medidas que han de adoptar los medios de información, las organizaciones no gubernamentales y el sector privado, en colaboración, cuando corresponda, con los mecanismos nacionales encargados de la promoción de la mujer:

- a) Fomentar la participación en pie de igualdad en las responsabilidades familiares, mediante campañas en los medios de difusión que hagan hincapié en la igualdad de género y en la exclusión de los estereotipos basados en el género de los papeles que desempeñan las mujeres y los hombres dentro de la familia, y que difundan información tendiente a eliminar el abuso doméstico de cónyuges y niños y todas las formas de violencia contra la mujer, incluso la violencia en el hogar;
- b) Producir y/o difundir materiales en los medios de difusión sobre las mujeres dirigentes, entre otras cosas, como líderes que asumen sus posiciones de liderazgo con experiencias muy diversas que incluyen, sin limitarse a ellas, sus experiencias respecto del logro de un equilibrio entre sus Responsabilidades en el trabajo y en la familia, como madres, profesionales, administradoras y empresarias, para servir de modelos, particularmente para las jóvenes;
- c) Fomentar campañas de amplio alcance que utilicen los programas de educación pública y privada para difundir información y fomentar la conciencia acerca de los derechos humanos de la mujer;
- d) Apoyar el desarrollo de nuevos medios optativos y la utilización de todas las formas de comunicación, y proporcionar financiación, según proceda, para difundir la información dirigida a la mujer y sobre la mujer y sus intereses;
- e) Elaborar criterios y capacitar a expertos para que apliquen el análisis de género a los programas de los medios de difusión.



NOSOTRAS CUMPLIMOS ¿Y USTEDES?

Revisión Beijing + 5 del Capítulo J

Nueva York, Junio 2000

Mujeres y medios- de la Plataforma de Beijing

Cinco años después de la Conferencia Mundial de la Mujer: Acciones para la Igualdad, la Paz y el Desarrollo (Beijing 95), la pertinencia y la urgencia de colocar en la agenda de las Naciones Unidas, y del conjunto de la sociedad, la problemática de la comunicación, es más notoria que nunca pues, por un lado, el propio proceso de globalización se hace posible a través del desarrollo de la más monumental infraestructura comunicacional de la historia y, por otro lado, el conjunto de interacciones sociales, culturales, políticas y económicas están definidas a través de la influencia que ejercen los medios de comunicación a escala planetaria.

En ese contexto, la revisión Beijing + 5 del Capítulo J. de la Plataforma de Acción de Beijing implica una reubicación y priorización de la problemática, que permita abarcar el impacto de los actuales procesos comunicacionales hacia el conjunto de mujeres, tanto como sujetos de opinión pública, como productoras de interacciones comunicacionales y como ciudadanas demandantes de una mayor participación en todas las esferas del quehacer humano. Máxime si el acceso a la información y al conocimiento constituye un elemento estratégico definitorio de las interacciones individuales y colectivas en el momento actual.

No obstante, la participación de las mujeres en los procesos comunicacionales está marcada por las diferencias geo-económicas, locales y globales; las brechas estructurales entre los géneros; la discriminación étnica, y los cruces posibles entre estos y otros elementos. Así, a inicios del siglo XXI, una de las expresiones más notorias de esta situación sigue siendo el débil posicionamiento de las mujeres en el ámbito de las tecnologías estratégicas y en las esferas de poder y toma de decisiones.

Aun así, a cinco años de la Conferencia Mundial de Beijing, las mujeres hemos cumplido con todas las exhortaciones de la PAB dirigidas a la sociedad civil: hemos impulsado avances para la igualdad al interior de los medios de comunicación; hemos creado y fortalecido medios y mecanismos de comunicación propios; hemos creado redes que facilitan la interacción ciudadana; hemos impulsado el acceso de nuestros movimientos a las nuevas tecnologías de la comunicación.

Las mujeres, involucradas en el desarrollo de avances civilizatorios, hemos avanzado, además, en el reconocimiento del derecho a la comunicación como un requisito indispensable para la construcción de una nueva ciudadanía global, colectiva e individual, y proponemos la vigencia de este derecho relacionándolo a la posibilidad de construir, en igualdad de condiciones, interacciones ciudadanas a diversos niveles, con la posibilidad de ejercer opciones indivi-



duales y colectivas, con la aspiración de contribuir a la vigencia democrática.

Sin embargo, para que el acceso masivo de las mujeres a los bienes comunicacionales se haga posible, es indispensable un compromiso real de todas las instituciones y componentes de las estructuras comunicacionales: privadas y públicas, transnacionales y locales, masivas y alternativas, entre otras.

Así, reiterando el espíritu de las aspiraciones colectivas que se expresan en el Capítulo J de la Plataforma de Acción de Beijing (ONU/95) y de la Declaración de Toronto (Unesco/95), proponemos que la CEPAL recoja y encamine hacia la instancia mundial los siguientes aspectos prioritarios:

Nuestra aspiración de incluir el derecho de las mujeres a la comunicación como un aspecto prioritario en la Agenda de las Naciones Unidas para el Siglo XXI, como una contribución a la apuesta, presente y futura, de construir democracias basadas en el pluralismo y en culturas de paz

La importancia de comprometerse con el impulso a la democratización de los medios y sistemas de comunicación con enfoque de género, recordando que éstos no son simples recursos técnicos asépticos y comerciales sino que cumplen, o deben cumplir, un rol social encaminado a buscar el beneficio de la humanidad en su conjunto.

La necesidad de profundizar en la formulación de marcos éticos globales, basados en la igualdad entre los géneros, que se expresen en el conjunto de productos comunicacionales, en la programación y en las representaciones mediáticas.

Que la ONU promueva la creación de mecanismos permanentes de vigilancia de las representaciones de las mujeres en los medios y sistemas de comunicación.

La urgencia de comprometer recursos y desplegar programas para incrementar el acceso de las mujeres a los bienes comunicacionales y al conocimiento, especialmente a las nuevas tecnologías de la comunicación.

Incitamos a que la ONU convoque a una Conferencia Mundial sobre Comunicación, en cuyo marco la Comunidad de Naciones, los medios y sistemas de comunicación y la sociedad civil, tengan la oportunidad de afinar el marco ético para su acción global, los enfoques de democracia para las prácticas, y su función social.

Documento elaborado por Mujeres Acción 2000 - ALC y endosado por las cien organizaciones presentes en el foro de la Articulación Regional de Mujeres «Algo Más que palabras», 7 febrero 2000.

