

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 57, MARZO, 1997

Director

Adrián de la Torre

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Edgar Jaramillo Salas

Nelson Dávila Villagómez

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente,

Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador.

Presidente Alterno

Washington Bonilla,
AER

Mario Jaramillo

Ministro de Educación y Cultura

Patricio Palacios,

Min. Relaciones Exteriores.

Héctor Espín, UNP.

Cunsuelo Feraud, UNESCO.

León Roldós, Universidad Estatal de
Guayaquil.

Edgar Jaramillo Salas,

FENAPE.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez J.

Corrección de estilo

Lucía Lemos

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

Portada y contraportada

Jaime Zapata

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

Telf. 506 149, 544-624.

Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec

Registro M.I.T., S.P.I.027

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de la revista. Se permite su reproducción, siempre y cuando se cite la fuente y se envíen dos ejemplares a Chasqui

NOTA A LOS LECTORES

Las mujeres son "invisibles" para los medios, salvo cuando son afectadas por accidentes, desastres y crímenes, o cuando son protagonistas del entretenimiento y de las notas sociales. A esta conclusión llegó Media-Watch, organización canadiense que el 18 de enero de 1995 realizó un monitoreo de medios de comunicación, en 71 países de los 5 continentes. Aunque este estudio reconoció un incremento de la presencia femenina en las salas de redacción (el 43% de los periodistas son mujeres), los estereotipos y discriminación sexista prevalece en la organización y en los contenidos mediáticos; por ejemplo, la mayoría de las periodistas cubren información considerada "adicional" y todavía las mujeres son marginales en la información: apenas un 17% de los protagonistas de las noticias publicadas aquel día fueron mujeres. Si consideramos que los medios son "el espacio público por excelencia" y que al insertarse en ellos se adquiere la masividad y "visibilidad" necesarias para legitimar posiciones en la sociedad, evidenciaremos la importancia que estos tienen en la lucha de los movimientos sociales, particularmente los feministas. En este sentido, en los últimos años se han desarrollado experiencias que han respondido exitosamente a los desafíos que plantea la comunicación y sus medios para "el fortalecimiento de la participación consciente y organizada de las mujeres, desde la perspectiva de género y de la diversidad". En **Sociedad, mujer y comunicación** entregamos novedosos aportes teóricos en torno a esta importante problemática, propuestas para incorporar la perspectiva de género en las políticas y estrategias de comunicación y el testimonio de experiencias en comunicación y uso de medios que, desde la perspectiva de la mujer, han orientado sus esfuerzos para democratizar, descentralizar y hacer más participativos los espacios comunicacionales. Chasqui agradece la colaboración de Alexandra Ayala para la elaboración de este módulo.

Desde que, en 1896, May Irwin y John C. Rice se besaron por primera vez ante una cámara de cine y, no obstante la candorosa e inocencia de su beso, provocaron un escándalo; hasta la profusión de senos y muslos que invaden el marketing, y la conspicua obscenidad que contamina inclusive la política; mucha agua ha pasado bajo el puente que une **Erotismo, pornografía y medios**. Si bien la distinción entre los dos primeros es inasible y difusa, hay algunos enfoques que establecen diametrales diferencias: mientras la pornografía es demostrativa, apela al espectáculo, se caracteriza por ser unidimensional, antiestética, primaria, grosera, "es la indecencia en sí misma"; por el contrario, el erotismo es imaginativo, apela al cerebro, se caracteriza por ser alusivo, simbólico, basado en la creación artística, es "una pasión pletórica de todos los sentidos". Sin embargo, hay autores como Gabriel Careaga que consideran a la pornografía "como un medio para descargar las tensiones sexuales por medio de la fantasía visual" y nos recuerda que la legalización de ella determinó una reducción del índice de criminalidad sexual en Dinamarca y Suecia. De todas formas, el sexo en cualquiera de sus expresiones (erotismo, pornografía, obscenidad) ha sido y es un negocio multimillonario y el pretexto para que los inefables censores, amparados en una moralidad dudosa, adopten medidas estúpidas, tal el caso del Código Hayes que en los años 40, en contubernio con el deleznable "macartismo", reglamentó la producción cinematográfica; entre otras medidas, obligó a maquillar el trasero de los monos a fin de que no parecieran pelados; así se confirma que "el erotismo -dice Jorge Enrique Adoum, quien trae a colación lo de aquel código- es una actividad asociada al refinamiento intelectual y afectivo, lo demuestra el hecho de que quedan excluidos de él los imbéciles y los ignorantes". En este segundo módulo, Chasqui ofrece distintas aproximaciones a este polémico tema y el análisis de dos experiencias interesantes: la una sobre la radio erótica que busca recrear "el prohibido sonido del placer" y, la otra, sobre algo *Sui Generis*, una revista brasileña para el "tercer sexo", caso inédito que rompiendo tabúes aparece para satisfacer los requerimientos informativos de los homosexuales de Brasil.



SOCIEDAD, MUJER Y COMUNICACION

No obstante los avances de la causa feminista, todavía perduran estereotipos y discrimenes en la organización y contenidos mediáticos. Aquí, análisis, propuestas y experiencias.

- 4 Género, mujer y comunicación
Alexandra Ayala
- 8 Democracia, mujer y comunicación
Dafne Sabanes Plou
- 11 El enfoque de género en los medios
Hernán Reyes Aguinaga
- 16 Lenguaje y discriminación femenina
Alberto Pereira
- 19 Mujeres en Internet
Sally Burch
- 22 Con el alma en el cuerpo
Claudio Bardelli

- 24 La comunicación de género en ALAI
Irene León
- 27 Fempress: una estrategia de comunicación para la mujer
Adriana Santa Cruz
- 30 Enredadas: red de mujeres de AMARC
Tachi Arriola
- 33 Ecuador: Red de mujeres en comunicación
Magdalena Adoum



EROTISMO, PORNOGRAFIA Y MEDIOS

Mientras la pornografía es definida como "la indecencia en sí misma", el erotismo sería "una actividad asociada al refinamiento intelectual y afectivo". Sin embargo, hay quienes consideran que la primera tiene como aspecto positivo "descargar las

tensiones sexuales". En cualquier caso, los medios han sido y son el escenario privilegiado de estas expresiones sexuales.

- 36 Entre el erotismo y la pornografía
Edmundo Ribadeneira
- 40 Erotismo: consideraciones generales
Sergio Inestrosa
- 43 Otra vez la censura, otra vez el erotismo
Jorge Enrique Adoum
- 47 Erotismo, pornografía y cine
José Rojas Bez
- 51 Eros visitando La Luna
Iris Disse
- 55 Brasil: periodismo para el tercer sexo
Valmir Costa





59 El mercado audiovisual latinoamericano
Octavio Getino

64 La información exterior en América Latina
Eleazar Díaz Rangel

68 Tumbas de papel
Estela Schindel

72 La ciencia como cultura
Manuel Calvo Hernando

75 Variedades de la luz y del abandono
Christian Ferrer

78 Una carpintería para periodistas
Jaime Abello B.

IDIOMA Y ESTILO

81 El periodista y la "a"
Hernán Rodríguez Castelo

84 Lenguaje científico y divulgación
Manuel Calvo Hernando

87 NOTICIAS

89 ACTIVIDADES DE CIESPAL

91 RESEÑAS



NUESTRA PORTADA

Ruth. Acuarela. 83,5 x 69 cm

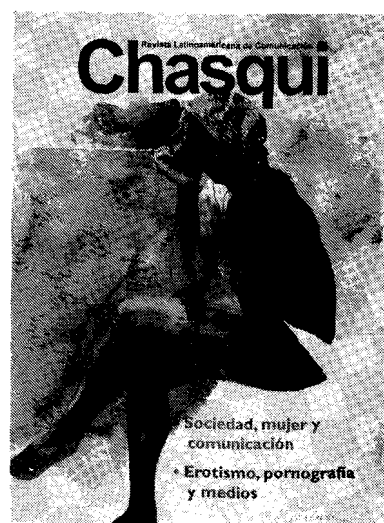
1985. Quito

CONTRAPORTADA

Carlota. Oleo 39 x 47 cm.

1992. París

JAIME ZAPATA



Enredadas:

red de mujeres de AMARC



Celia Cruz, la legendaria rumbera, cocina en su salsa los hábitos nada santos de oficinistas, técnicos, gerentes y demás hierbas. ¡Que les den candela! es uno de los spots que realizamos y enviamos a todas las socias de la Red de AMARC el 25 de noviembre pasado. Sobre los hombres que no sueltan el poder político, que para nada comparten las tareas del hogar, sobre la violencia sexual contra las niñas, y hasta del novio que prostituye a la novia, tratamos las 13 cuñas que produjimos, junto con las socias y socios ecuatorianos, para esta ocasión. Con ellas, nos unimos a la campaña mundial "16 días de activismo contra la violencia a la mujer".

TACHI ARRIOLA, peruana. Comunicadora social, coordinadora de la Red Mujeres AMARC, América Latina y el Caribe.

En el marco de la democratización de la comunicación y con la perspectiva de género como principal mandato, las socias de AMARC vienen, desde 1990, "enredándose, amarrando fuerte los nudos para que no se suelte la Red". De 125 socias han pasado a 225 que tienen variados programas de radio y que realizan un trabajo de capacitación, investigación, producción, intercambio.

Los primeros nudos

Todo empezó en 1990. Las socias de AMARC, más que pedir, exigíamos un espacio para ellas. Queríamos conocernos, saber qué hacíamos, dónde estábamos. Queríamos una representación en la directiva de la Asociación. Hasta entonces, aun cuando en la Declaración de Principios se considera fundamental la presencia y el trabajo de las mujeres, todavía no contábamos con una estrategia propia para nuestro desarrollo. Es así como durante la IV Asamblea Mundial realizada en Dublín, Irlanda, se constituyó la Vicepresidencia Mundial de la Mujer. Sanguita Basudev, inglesa, fue nuestra primera vicepresidenta. Con ella, hicimos un primer directorio y luego sacamos un boletín.

Así arrancamos. Y como tantas redes, estábamos satisfechas de tener por

escrito una larga lista de nombres a quienes mandar una publicación semestral. Pero no pasaba nada más. Y costaba establecer una comunicación fluida entre nosotras.

En 1992, en la V Asamblea Mundial en México, nos juntamos cerca de 500 radialistas. La mitad, mujeres. En este encuentro, decidimos dinamizar la Red. Todas, especialmente las latinoamericanas y caribeñas, queríamos servicios concretos, útiles, sentir que nuestra red estaba viva, que estaba en movimiento. Elegimos a María Victoria Polanco, colombiana, como vicepresidenta mundial. Y desde la Oficina Regional para América Latina y el Caribe, entonces ubicada en Lima, comenzamos el trabajo.

Estructura y coordinaciones

Empezamos en alto, con 125 socias que tenían los más variados programas de radio. Había espacios de mujeres para mujeres, otros dirigidos a la familia, de salud, musicales, informativos, infantiles, ecológicos. Había de todo y para todos. Sin embargo, las productoras sentíamos la necesidad de una mirada diferente hacia la sociedad desde las emisoras donde trabajábamos. No bastaba tener un espacio radial, no importaba tanto el tema o el público. Lo fundamental era la perspectiva. Y ese fue el primer mandato: introducir **la perspectiva de género** en los servicios de la Red.

Para responder a esta solicitud, nada pequeña y fácil, contamos con una estructura a nivel mundial y regional:

- Una oficina en Montreal y una vicepresidenta que coordina las acciones a nivel mundial.
- Una representante para América Latina y el Caribe, con presencia en eventos nacionales e internacionales.
- Una coordinadora regional con la tarea de relacionar y atender a las socias. Su centro de acción es la oficina regional de Quito.
- Un grupo de capacitadoras latinoamericanas que apoyan el trabajo de la oficina de Quito y promueven la comunicación de género en sus respectivos países y localidades.
- Un presupuesto básico apoyado por la cooperación internacional.
- Las 225 socias actuales que son la razón de existencia de esta Red.

De radio en radio

En la Red, bajo el principio de democratización de las comunicaciones, nos encontramos mujeres de pensamientos y experiencias muy variadas. Feministas y quienes no se definen como tales. Cristianas y no cristianas. Algunas medio conservadoras y otras muy de avanzada. Las que hacemos radio desde la práctica y las académicas. ¿Cómo servir a todas con cosas útiles y novedosas? En la oficina producimos materiales originales: inventamos 100 argumentos sobre conflictos de las mujeres, entrevistamos a abogadas especialistas en leyes contra la violencia intrafamiliar, descubrimos un artículo sobre género, o dramatizamos cuentos famosos. No faltan los radioteatros ni las fotonovelas. Pero, lo importante no es solo lo que podemos hacer desde la oficina regional, sino, y sobre todo, lo que podemos intercambiar. Así, son las mismas socias quienes nos envían sus producciones que luego, desde Quito, multiplicamos y mandamos a todas las socias.

Con esta modalidad, las argentinas se intercomunican con las cubanas, las peruanas conocen qué piensan las venezolanas, las salvadoreñas saludan a las colombianas, las bolivianas a las chilenas. Nos vamos escuchando las voces, sabiéndonos parte de una gran familia. Nos hacemos solidarias las unas con las otras.

En estos envíos se abordan desde temas cotidianos hasta grandes acontecimientos. Por ejemplo, antes de la Con-

ferencia Mundial de la Mujer (Beijing'95), nos juntamos con las compañeras de FIRE (Radio Internacional Feminista) de Costa Rica, de SIPAM (Servicio Integral para la Salud) de México, y de CEMINA del Brasil, para producir microprogramas que daban a conocer el significado de esta reunión. Durante la Conferencia Mundial, algunas socias de AMARC, respondiendo a la iniciativa de FIRE, participaron en *La Chimenea*, una cabina desde donde se transmitía por onda corta lo que estaba pasando en el evento y las voces de las asistentes, desde el mismo corazón de Beijing hacia el mundo entero. Y luego de la Conferencia, Vicky Quevedo, actual representante de las mujeres de AMARC en América Latina y el Caribe, produjo para todas las socias, 30 microprogramas sobre la Plataforma de Acción.

Cursos de alta costura

Conversaba en Quito con un viejo locutor sobre el trabajo de la Red, y le conté que hacíamos talleres de género. Con una luminosa sonrisa, me dijo: "Ah, ya entiendo, ¡ustedes dan cursos de alta costura!"

No tanto, pero hasta hace poco, muchas de nuestras compañeras no llegaban a entender bien este asunto de género. O en todo caso, pensaban que se trataba de cuestiones feministas y que eso no iba con ellas. Otras, empeñadas en cambiar los mensajes de los medios de comunicación, insistían que la Red debía ser un espacio de capacitación en este concepto tan indispensable

OFICINISTA:	Mamacita, estás como se quiere, ¡hummm, qué hambrel, ¿salimos esta noche?, ¿estás buenota!
SECRETARIA:	¡Ay, déjeme!
OFICINISTA:	Ja, ja... Ya vas a caer, ya vas a caer
LOCUTORA:	Y así, lunes, martes, miércoles, jueves...
CELIA CRUZ:	¡QUE LE DEN CANDELA!
LOCUTORA:	¡Que no se pase de vivo! Y si no...
CELIA CRUZ:	¡QUE LE DEN CANDELA!
LOCUTORA:	Las manos pa' trabajar. Y si no...
CELIA CRUZ:	¡QUE LE DEN CANDELA!
LOCUTORA:	25 de noviembre: Día de la No Violencia contra la Mujer.
	AMARC-UNIFEM



Más mujeres están dirigiendo y haciendo radio en América Latina

para nuestro trabajo. Con las compañeras del Colectivo Radial Feminista del Perú realizamos los primeros talleres de género en la radio. Los resultados de estos nos demostraron la necesidad inmediata de trabajar el tema a nivel de la región.

Y así lo hacemos. Contamos ahora con una guía metodológica para ello. ¿Qué significa género? ¿Por qué hay más hombres que mujeres en los medios de comunicación? ¿Cómo nos presentan en la publicidad? Analizar las imágenes de las mujeres en los medios, levantar nuestra autoestima, transformar los mensajes discriminadores en otros nuevos, equitativos, democráticos, son los principales objetivos de nuestros talleres de capacitación. Durante estos, con una metodología muy participativa, vamos descubriendo cómo la sociedad nos ha formado hombres y mujeres con características y valoraciones distintas. Y cómo estas características se transmiten por los medios de comunicación, convirtiéndose estos en el primer espacio de construcción de identidades. Aquí es donde las mujeres generalmente salimos mal paradas: nos presentan domésticas, gastadoras, inútiles, tontas, provocadoras, o por el contrario, la *superwoman*, que todo lo tiene y todo lo puede.

En los talleres realizados desde 1992 en Bolivia, Perú, Ecuador, Chile, Colombia, Paraguay, El Salvador y Costa Rica,

producimos sociodramas, charlas, cuñas, radorrevistas, y evaluamos y corregimos cualquier error ahí mismo antes de hacerlo frente a nuestra audiencia.

Los talleres son mixtos, porque no hay un género, sino dos. Y van dando buenos resultados. Cada vez hay más comunicadoras y comunicadores que desde sus emisoras defienden los derechos de las mujeres. Que muestran a la sociedad modelos diferentes de vivir y relacionarse. Que apuestan por la ternura, la justicia, y la alegría de todos, hombres y mujeres.

En esta tarea de "inventar" una metodología de género en la radio no estamos solas. Los trabajos del Colectivo Radial Feminista de Perú y del Centro de Comunicaciones Voces Nuestras de Costa Rica, nos enriquecen y dan pautas para su realización.

Destacamos el taller de capacitación a capacitadoras de América Latina y el Caribe realizado en CIESPAL en 1995. Durante este, pusimos en común la metodología de cada una y afinamos ideas tanto de técnicas radiofónicas como de género. Asistieron 15 compañeras de 11 países. Ya contamos con un equipo de comunicadoras que, en sus respectivos países, multiplican los talleres de radio y género.

En otros espacios

La relación entre las socias y la Oficina Regional es dinámica y existe abundante

correspondencia entre nosotras. Pero hay otros espacios sumamente importantes donde establecemos acuerdos y planes para acciones más amplias con comunicadoras de otras redes, donde nos actualizamos sobre lo que piensan y realizan las colegas de video y prensa, y en donde la Red de Mujeres de AMARC presenta su experiencia. Me refiero a los eventos nacionales e internacionales en los que se discuten los avances teóricos sobre la comunicación de género, del movimiento de mujeres y la relación de este con los medios de comunicación.

AMARC ha promovido y participado activamente en estos. Han sido especialmente importantes los Encuentros Feministas de El Salvador y Chile, la Conferencia Mundial de Mujeres en Beijing, el Festival de Radioapasionados y Televisonarios en Quito, el Encuentro de la Red de Productoras Radiales de Costa Rica, además de otros seminarios de carácter nacional y local.

Una mirada hacia adelante

Estamos en plena forma: un número cada vez más importante de socias en América Latina y Caribe incorporan la perspectiva de género en sus programas, tal como fue el primer mandato de la Red; más mujeres dirigen radios, como *Radio Tierra* y *Radio Alegría* de Lolol, en Chile; *Radio Pachamama* en Bolivia; *Radio La Achirana* en Perú; más mujeres se encuentran en puestos de decisión; elaboramos una metodología en proceso de validación para los talleres de radio y género; tenemos buenas relaciones con emisoras, centros de producción y otras redes de comunicación; el intercambio es permanente entre las socias.

¿Estamos satisfechas? De ninguna manera. En cuanto a la Red, las actividades mencionadas seguirán con mayor impulso, pero nos interesan otras áreas: la comunicación electrónica a través de Internet; la capacitación en tecnología digital para las especialistas en sonomontaje; la sistematización de la experiencia de la Red de Mujeres de AMARC; la formación y consolidación de redes regionales y nacionales; y lograr un equipo más grande de capacitadoras en comunicación de género. Seguimos enredándonos, amarrando fuerte los nudos para que no se suelte esta Red. ●