

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

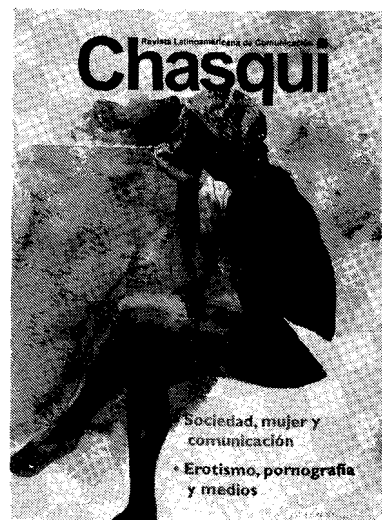
1985. Quito

CONTRAPORTADA

Carlota. Oleo 39 x 47 cm.

1992. París

JAIME ZAPATA





Mujeres en Internet

El potencial democratizador de las redes electrónicas dependerá de cómo se desarrollen y usen en un contexto social específico. El apareamiento y fortalecimiento de espacios en Internet contribuirá a concretar ese potencial, si ello sucede como resultado de necesarias convergencias se logrará un mayor impacto. Así, el reto que presenta el ciberespacio es grande para las organizaciones de mujeres que quieren impulsar nuevas formas de comunicación de género.

En los nuevos espacios de comunicación que van surgiendo en las redes electrónicas, no sorprende encontrar reflejados los prejuicios, esquemas discriminatorios y estereotipos presentes en la sociedad y en la mayoría de medios de comunicación. No obstante, por el mismo hecho de no ser aún un medio institucionalizado, con reglas de juego definidas, existe un mayor margen de maniobra para perfilar espacios y crite-

rios distintos, que permitan abrir brechas en los esquemas y conceptos prevalecientes, y se abren posibilidades de experimentar nuevas formas de comunicar que pueden servir de experiencias piloto para un enfoque distinto de la comunicación.

A las mujeres, este hecho les plantea, en la actualidad, un desafío particular y urgente de buscar formas de incidir en la configuración de estos espacios, para introducir un enfoque de género, tanto en los contenidos, como en los códigos y las estructuras. Ello asume mayor relevancia considerando que, en un futuro cercano, las nuevas tecnologías

van a transformar, en mayor o menor grado, todos los medios de comunicación. Las siguientes reflexiones abordan algunas de las implicaciones de este reto.

Fase de definiciones

Cuando se introduce una tecnología nueva de comunicación, es común que se levanten voces que proclamen su potencial democratizador. Fue el caso con la radio o el video, cuya vocación democrática, sin embargo, a la postre resultó marginal.

Pronósticos parecidos se pronuncian hoy en torno al potencial democratizador

SALLY BURCH, británica. Periodista de la Agencia Latinoamericana de Información (ALAI).

de las nuevas tecnologías de comunicación. Es cierto que su carácter interactivo, su capacidad casi infinita de almacenar y transmitir información, y la posibilidad que ofrecen de tejer relaciones horizontales sin las limitaciones de espacio físico, ofrecen a la ciudadanía un acceso inédito a fuentes de información, medios de expresión y mecanismos de interrelación; lo cual aumenta la capacidad de la ciudadanía para participar en la vida democrática y la orientación del desarrollo. Pero también hay otros intereses en juego que pueden imprimir un rumbo distinto a estas tecnologías. Al respecto, conviene recordar que la función social de las tecnologías se determina por las formas de desarrollo y de uso que se les da en un contexto social específico.

Asistimos, en la actualidad, a una férrea disputa entre intereses económicos por establecer el control y ganar espacios en torno al Internet, disputa cuyo desenlace será determinante para configurar el carácter futuro de este medio. Si, como podemos vislumbrar, se le impone una lógica predominantemente comercial, ello puede afectar su potencial democratizador. Si el criterio de acceso es ser un consumidor potencial, se aleja la posibilidad del acceso ciudadano universal, especialmente en el Sur.

En el marco de estas definiciones, no deja de ser relevante que existen ya espacios democráticos de interacción, en el plano ciudadano, académico, entre or-

ganizaciones de mujeres y otros, que se van afirmando y pueden demarcar terrenos propios.

En este proceso, ¿cómo se perfilará la participación de las mujeres?, ¿quedarán de nuevo marginadas, como sucedió mayoritariamente con los medios de difusión masivos?, ¿su participación principal en el Internet consistirá en ser consumidoras de la publicidad y de los bienes y servicios que se venden allí?, ¿aprovecharán la coyuntura actual de definiciones, desde sus expresiones organizativas, para defender la vocación democrática del ciberespacio y apropiarse de espacios de poder?

Las interconexiones

Toda tecnología tiene particularidades que condicionan las formas de comunicar a través de ella. Como lo sugiere el apelativo "ciberespacio", las redes electrónicas tienden a la conformación de un nuevo tipo de espacio comunicacional. Tales espacios no responden a las limitaciones de ubicación geográfica, distancia, volumen, tiempo, que caracterizan a otras formas de comunicación. Se conforman más bien a través de conexiones, interacciones o convergencias.

Conviene recordar que esta tecnología se sustenta en una lógica de convergencias. Así, por ejemplo, la transformación en *bits* de distintos tipos de señales -audio, video, datos- y su transmisión por un mismo canal, ha da-



do nacimiento al fenómeno multimedia, que permite convergencias entre formas de medios que antes usaban tecnologías distintas. Asimismo, el *World Wide Web* (telaraña mundial) permite vincular con gran facilidad datos, referencias, espacios, sin limitaciones geográficas.

Considerando la gran cantidad de información dispersa que existe en el Internet, es lógico que sean justamente los espacios de convergencia, aquellos que establecen interconexiones, los que lograrán tener una presencia visible y podrán incidir en la disputa de espacios.

Teniendo en cuenta lo anterior, uno de los ejes de acción que permitirá a las mujeres afirmar su presencia en el Internet es la afirmación de espacios de expresión propia, los cuales tendrán mayor impacto cuando sean fruto de convergencias, que cuando sean aislados.

Espacios de las mujeres

En la práctica, podemos constatar una creciente incursión de las mujeres en las redes electrónicas. En cuanto po-

WOMENWATCH EN INTERNET

WomenWatch es un sitio en la red que provee información actualizada sobre el trabajo que realizan las agencias de Naciones Unidas, en beneficio de las mujeres del mundo, y sobre la agenda global para mejorar la situación de la mujer.

Esta es una iniciativa que busca responder a la creciente demanda de información sobre el tema, y que hoy puede ser obtenida a una velocidad sin precedentes a través del computador y el teléfono. Uno de los objetivos de *WomenWatch* es permitir que más mujeres no solo sean usuarias de las redes electrónicas, sino también productoras y completas beneficiarias de estas, en el marco de las recomendaciones que, al respecto, plantea la Plataforma de Acción de la Conferencia de Beijing.

WomenWatch es accesible a través de [www:](http://www.un.org/womenwatch)

<http://www.un.org/womenwatch>

e-mail: womenwatch@un.org

gopher: <gopher://gopher.un.org>

blación usuaria del Internet, se estima que ahora constituyen más del tercio, proporción que va en aumento.

Por su parte, las expresiones organizadas del movimiento de mujeres ya han creado numerosos espacios electrónicos para la interacción en torno a sus intereses y planteamientos específicos. Estos son de distinto tipo: para la coordinación interna de actividades, para el intercambio con espacios afines, para el debate y la reflexión, para la difusión de información o planteamientos en forma amplia; espacios culturales, recreativos, servicios de referencias, etc.

La dispersión y la confusión de vínculos cruzados, que caracteriza gran parte de la información en el Internet, también están presentes en los espacios creados por mujeres. No obstante, existen iniciativas que han logrado constituirse en experiencias piloto, algunas de las cuales tienen un impacto que va más allá de su entorno inmediato.

Podemos mencionar a título de ejemplo: la articulación de redes de información a nivel mundial desde la Conferencia de Beijing'95, impulsada en el marco del Programa de Apoyo a las Redes de Mujeres de la Red APC (ver *Chasqui* 51, julio de 1995). Asimismo, la iniciativa *WomenWatch*, de seguimiento de la Conferencia Mundial de Beijing,

que fue lanzada el pasado 8 de marzo por los organismos de la ONU especializados en asuntos de las mujeres (DAW, UNIFEM e INSTRAW), ha sido reconocida en el seno de la ONU como una iniciativa piloto para la Organización.

Las redes electrónicas también pueden facilitar la coordinación en torno al tema comunicación de género. Al respecto, se ha creado una red electrónica de intercambio mundial para la Red FemMed (constituida a nivel mundial a raíz del simposio de Toronto "Mujeres y medios: acceso a la expresión y a la decisión", marzo, 1995); y hace poco se creó una lista de intercambio a nivel de América Latina (com-genero-l), por iniciativa de ALAI y la Red FemMed.

Otro reto que se plantea para la afirmación de la presencia de las mujeres en el Internet es la intervención en los espacios mixtos, pues no basta interactuar únicamente entre mujeres.

La ética

Uno de los aspectos que interpela a las mujeres con relación al Internet tiene que ver con cuestiones de ética: comportamientos, imágenes y lenguaje sexistas, hostigamiento sexual, entre otros. Debido al hecho que inicialmente el Internet era un espacio frecuentado principalmente por hombres, en ciertos foros

interactivos ha surgido una cultura patriarcal que discrimina a las mujeres o las trata despectivamente.

Asimismo, el relativo anonimato de la participación en las redes electrónicas ha significado que ciertos individuos se sientan desinhibidos para hostigar pública o privadamente a mujeres cuya dirección encuentran en la red (lo cual incluso ha obligado a muchas mujeres a recurrir también al anonimato). Estos fenómenos ocurren particularmente en Estados Unidos donde el *networking* electrónico está más desarrollado.

Es más, la dificultad de imponer controles a los flujos de información sin fronteras significa que el Internet se ha convertido en un medio predilecto para la difusión de pornografía, el cual ha provocado reacciones en diversos países para tratar de frenar su acceso; que de implementarse, podrían afectar los libres flujos de información.

Estos hechos plantean la necesidad de impulsar códigos de ética y reglas de participación en los espacios públicos, que si bien muchas veces no puedan ser impuestos, si podrán contribuir a limitar los abusos y a sensibilizar a la población al respecto. Ello a su vez puede contribuir a la conformación de una nueva cultura en el Internet, donde las mujeres tengan un trato de igualdad. ♣

Estudios sobre las Culturas Contemporáneas

Revista semestral de investigación y análisis
Programa Cultura - CIS - Universidad de Colima

Espacio editorial de investigación teórica y
metodológica en relación a la cultura

Suscripciones:
(Incluye envío correo aéreo)
México: N\$ 80.00
Otros países: US\$ 45.00

Envíe giro postal o telegráfico a:
Programa Cultura, Universidad de Colima
Apdo. Postal 294, Colima 28000, Col.
Tel. (331) 3 03 97 - Fax (331) 2 75 51
e-mail:pcultura@volcan.ucol.mx

culturelink

Publicación del Instituto para el Desarrollo y las Relaciones Internacionales. Institución de investigación en Ciencias Sociales, sin fines de lucro, afiliada a la Universidad de Zagreb en Croacia.

Trabaja con 120 redes y 3.125 instituciones de 81 países. Cuenta con una base de datos sobre temas de la cultura y las Ciencias Sociales. La revista *Culturelink* informa sobre actividades, proyectos, conferencias y documentación.

Dirección: P.O. Box 303. 41000 Zagreb, Croatia.
Teléfono (041) 454-522 y 444-417, Fax: 444-059