

2011

Memoria del Foro de Comunicación Social con Perspectiva de Género



Presentación

Para evitar que los estereotipos sexistas se sigan reproduciendo en la información que difunden las áreas de comunicación de las diferentes dependencias del Gobierno del Estado de Oaxaca, el 19 de enero del 2011 el Instituto de la Mujer Oaxaqueña (IMO) organizó el Foro de Comunicación Social con Perspectiva de Género.

En dicho foro se presentaron los resultados del “Monitoreo de campañas de difusión del Gobierno de Oaxaca para identificar niveles de reproducción de estereotipos sexistas, desigualdad y violencia de género”.

El monitoreo fue realizado por la doctora Olga Bustos, especialista y académica de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), quien en los meses previos identificó la existencia de sexismo y violencia en las imágenes y lenguaje utilizado por la pasada administración.

En el Foro de Comunicación Social con Perspectiva de Género se presentó también un Decálogo que da sugerencias para que la comunicación entre gobierno y sociedad refleje la nueva visión de desarrollo democrático y promueva la equidad entre mujeres y hombres de Oaxaca, se requiere.

Objetivo:

Presentar los resultados de la investigación “*Monitoreo de campañas de difusión del gobierno de Oaxaca para identificar niveles de reproducción de estereotipos sexistas, desigualdad y violencia de género*” a fin de abrir un espacio de reflexión sobre la importancia de incorporar una visión de equidad y respeto entre hombres y mujeres en la labor de comunicación social.

Fecha:

Miércoles 19 de enero

Duración:

2 horas.

Lugar:

Auditorio del Palacio de Gobierno.

Personas convocadas:

Responsables de comunicación social de las diferentes dependencias del gobierno (evento cerrado)

Ponentes:

- Olga Bustos, académica de la UNAM, responsable de la investigación realizada para el IMO durante 2010 bajo el auspicio del Instituto Nacional de las Mujeres.
- Soledad Jarquin, periodista
- Eduardo Liendro, director de Diversidades, A.C.

Material a distribuir:

Emplares del Decálogo y Manual de Comunicación No Sexista para cada participante

Encargadas de organización:

Claudia Izúcar y Silvia Solís.

Foro de Comunicación Social con Perspectiva de Género



Con la asistencia de casi un centenar de personas que trabajan en las áreas de comunicación social y difusión de las dependencias del Gobierno del Estado, el 19 de enero de 2011 el Instituto de la Mujer Oaxaqueña (IMO) realizó el Foro de Comunicación Social con Perspectiva de Género.

Al iniciar la jornada de trabajo que se realizó en el auditorio del Palacio de Gobierno, la directora general del IMO, Anabel López Sánchez, dio la bienvenida a las personas que asistieron y resaltó la importancia de utilizar un lenguaje incluyente y no sexista, porque “lo que no se nombra, no existe”, lo

cual hace necesario identificar niveles de reproducción de estereotipos sexistas, de desigualdad y de violencia de género.

Destacó la relevancia del “Monitoreo de campañas de difusión del Gobierno de Oaxaca para identificar niveles de reproducción de estereotipos sexistas, desigualdad y violencia de género”, realizado por la investigadora Olga Bustos, especialista y académica de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), quien desde octubre del año pasado recopiló y analizó 183 materiales impresos, electrónicos y de audio que se utilizaron para difundir las actividades oficiales e institucionales de la pasada administración.

La comisionada de Derechos Humanos del Gobierno del Estado, Eréndira Cruzvillegas, opinó que el gran reto del Gobierno del Estado es “generar una nueva arquitectura” en el que la transversalización de género se hace necesaria y obligada.



“En el gabinete actual estamos muy pocas mujeres, algo que se tiene que revisar, pero también es un desafío para que las mujeres demos que tenemos la capacidad de ocupar cargos”, dijo la primera comentarista.

La siguiente comentarista del monitoreo que se presentó, la periodista Soledad Jarquín, opinó que los resultados del Monitoreo de Campañas de Difusión del Gobierno de Oaxaca para identificar niveles de reproducción de estereotipos sexistas, desigualdad y violencia de género “son sin duda la confirmación científica de un hecho que ya habíamos previsto desde hace más de 15 años un grupo de periodistas cuando analizamos la exclusión y discriminación de las mujeres a través de los instrumentos de comunicación institucionales y, en consecuencia, a través de los medios concesionados y permisionados”.



“Como si fuese una condición ineludible, la doctora Bustos Romero encontró sexismo en las imágenes, en el audio de mensajes, en los textos. El sexismo que excluye porque al hombre se atribuye la representación de la humanidad entera, así lo masculino fue considerado preponderante y de mayor valor o como la investigadora dice “de mayor prestigio”. De esta forma, la

ideología patriarcal encontró en el neutro genérico una forma de ocultarnos, de invisibilizarnos, borrarlos y excluirmos”, dijo.



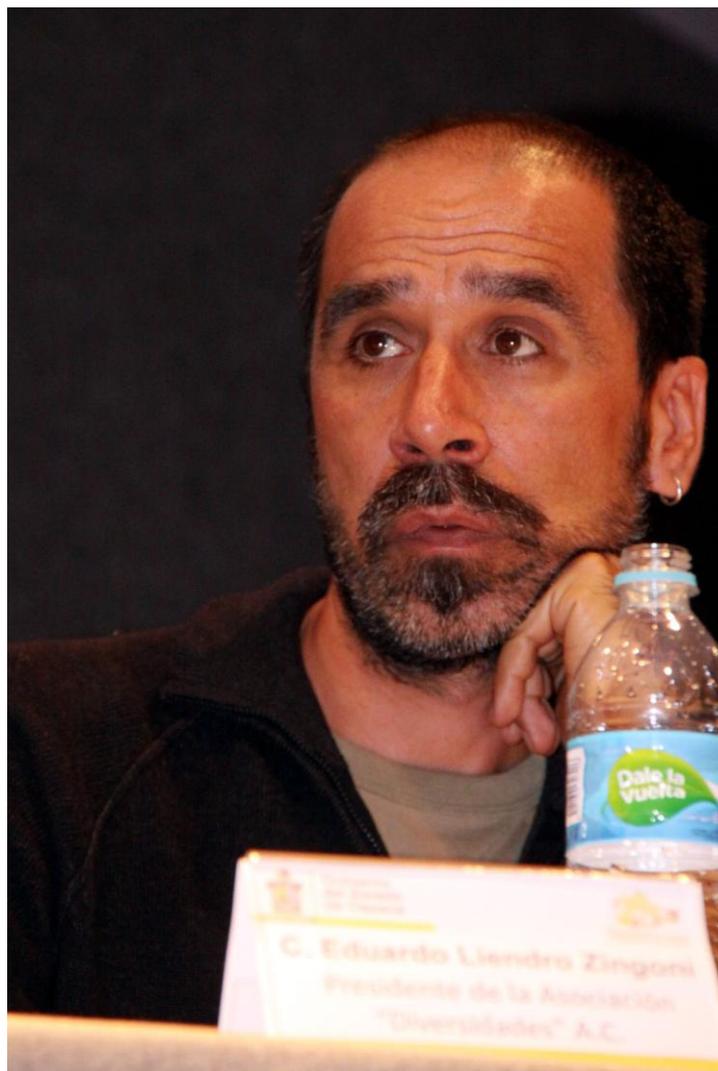
Peor aún, continuó la periodista Soledad Jarquín, en algunos casos de los analizados en esta investigación, se omitió a las mujeres, lo que me recuerda lo expresado por el escritor y periodista Alex Grijelmo, quién ha dicho que “nada podrá medir el poder que oculta una palabra”; es decir, las palabras valen por lo que dicen pero también por lo que omiten. Son las palabras, al igual que los hombres y las mujeres, poseedoras de la semilla de una herencia cultural que trasciende a la lengua de un pueblo. Son las palabras “embriones de las ideas, el germen del pensamiento, la estructura de la razón”. Sin embargo, las palabras fueron escondiendo sentido, significados, imágenes y conceptos. El femenino fue significado por el neutro masculino, el lenguaje subordinó a las mujeres, bajo la creencia de que el masculino era más noble que el femenino y que bastaba con mencionar al primero, como se determinó desde los tiempos medievales.

Ante la evidencia del uso común y cotidiano del lenguaje sexista y que provoca discriminación hacia las mujeres de acuerdo a los resultados del monitoreo de Campañas de Difusión del Gobierno de Oaxaca, aún cuando se refieren a la pasada administración pública, es necesario conocer por qué la sociedad actúa de esa manera, saber cómo los mensajes contribuyen a zanjar la desigualdad, pero sobre todo, es indispensable identificar que las instituciones están obligadas a cumplir las leyes, y en consecuencia a evitar el uso del lenguaje no incluyente que perpetúa roles y estereotipos o que vapulea a las mujeres cuando las ignora, con hechos y mensajes equivocados, permitiendo esa violencia de género.

Si en la pasada administración se pudieron encontrar mensajes sexistas en su propaganda, información y comunicación, como lo determina la investigación, ahora tenemos mensajes sexistas cuando se nombra a funcionarios acusados de violentar la vida de las mujeres, lo que también debe ser parte del análisis y que me parece ineludible no incluir, reflexionó la especialista en temas de género y quien es Premio Nacional de Periodismo 2006.

La clave está en las instituciones de gobierno, los medios de comunicación y la educación formal, es ahí donde tenemos que darle una vuelta más a las tuercas del lenguaje incluyente y aprender a ver el mundo desde la otra visión, pero cambiar la realidad que hoy científicamente nos muestra la doctora Bustos Romero requiere de voluntad personal y social, pero sobre todo política, destacó la periodista Soledad Jarquín.

Que el lenguaje sexista no sólo discrimina a las mujeres sino también a los hombres fue un punto que trajo al foro Eduardo Liendo, director de la asociación civil Diversidades: “El sexismo, una de las categorías claves del trabajo de la doctora Bustos, es el trato desigual o discriminatorio por pertenecer a un sexo, no sólo se discrimina a las mujeres, sino también a los hombres, aunque generalmente es hacia ellas porque se trata de una relación desigual de poder”.



Al presentar los resultados del monitoreo, la doctora Olga Bustos y responsable del proyecto, hizo para las personas asistentes un repaso del marco legal nacional de protección y defensa de los derechos humanos de las mujeres.

Hizo saber que en de la totalidad de los materiales analizados se identificó violencia de género en casi el 25% y sólo el 12% utilizaba lenguaje incluyente. “Es lenguaje sexista porque en primer plano ponen a un hombre y en segundo plano a una mujer”, explicó.

En este contexto la investigadora propuso: “Algo que se tiene que hacer en el nuevo Gobierno, y que corresponderá a las áreas de comunicación, es erradicar estos estereotipos”. Uno de tantos ejemplos citados es que la voz utilizada en las campañas institucionales no debe centrarse sólo en la de un hombre.



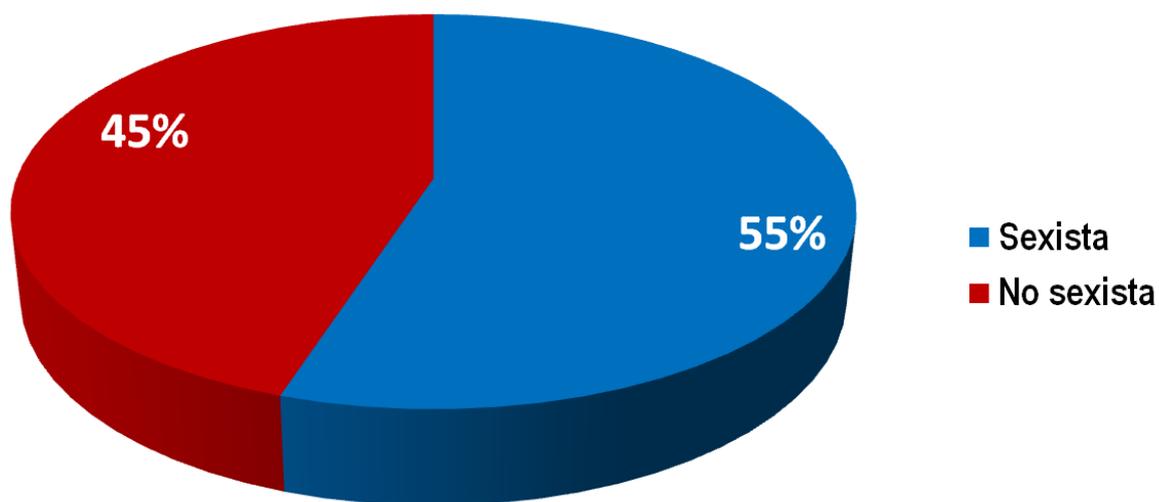
El monitoreo fue posible gracias a un equipo de investigación conformado por Renata López Hernández, Ana Laura Osorio Ríos, Gabriela Jiménez, Yazmín Campos, Jessica Alejandra Gil, Patricia Díaz y Maribel Chaires, quienes estuvieron a cargo de la doctora Olga Bustos.

El objetivo trazado consistió en realizar un monitoreo de campañas y materiales de difusión del Gobierno de Oaxaca, analizando desde la perspectiva de género y la normatividad jurídica vigente, las imágenes, lenguaje y mensajes que utilizan, con el objeto de formular propuestas con enfoque de género, para erradicar los estereotipos sexistas y posible violencia

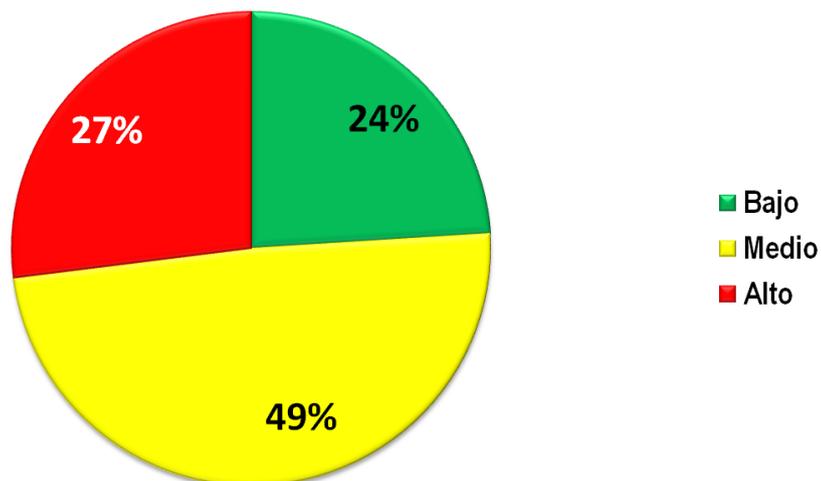
de género que se detecte en los spots y anuncios analizados en medios impresos y electrónicos.

La metodología utilizada para ello fue utilizar una muestra de 25 materiales impresos y electrónicos (radio y televisión), de 8 dependencias estatales, incluyendo sus campañas y materiales de Difusión del Gobierno de Oaxaca, como lo fueron el Cuarto Informe del Gobierno de Oaxaca (2008), 5 folletos de varias instituciones, tres periódicos de circulación local, dos carteles, dos spots de radio y 13 spots de televisión, arrojando resultados como los siguientes:

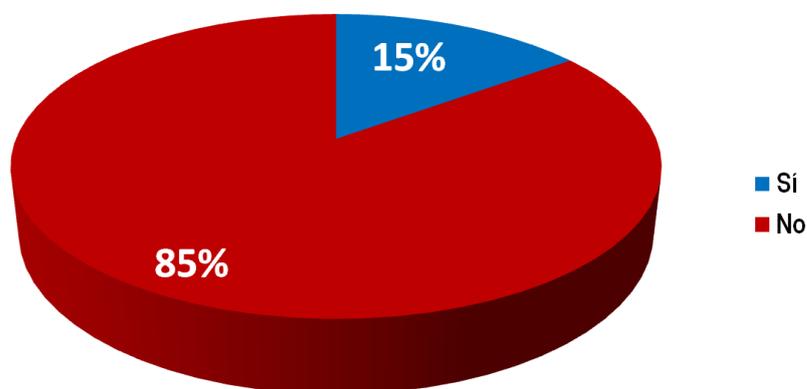
Sexismo en imagen (impresos y TV)* Total:107



Niveles de sexismo en imagen (impresos y TV) Total: 59



Estereotipos sexistas en el lenguaje Total: 133*



En ese muestreo se descubrió que hay más sexismo en las imágenes que en el lenguaje utilizado en la información oficial; se insertan a las mujeres, pero lo hacen en roles estereotipados que la descalifican.

“Más de la mitad de las imágenes analizadas fueron sexistas y el 60% se encontraron en el 4º informe de Gobierno, él único que nos proporcionaron”. Dicho documento fue uno de los 183 materiales analizados de octubre a la fecha, junto folletos de dependencias, periódicos, carteles y spots de radio y televisión.

Así como se excluye a las mujeres en el lenguaje, en algunos casos se registra una sobre representación de ellas, sobre todo en campañas en las que se cree que la problemática atañe exclusivamente al sexo femenino, como la violencia o la transmisión de enfermedades como el Virus del Papiloma Humano, cuando es algo que atañe a toda la sociedad.



Propuso utilizar palabras incluyentes para que poco a poco se deje de utilizar solamente lenguaje masculino y por ejemplo en vez de decir “el ser humano”, el término se puede sustituir por el de “la humanidad”.

Hizo saber que en de la totalidad de los materiales analizados se identificó violencia de género en casi el 25% y sólo el 12% utilizaba lenguaje incluyente. “Es lenguaje sexista porque en primer plano ponen a un hombre y en segundo plano a una mujer”, explicó.



En este contexto la investigadora propuso: “Algo que se tiene que hacer en el nuevo Gobierno, y que corresponderá a las áreas de comunicación, es

erradicar estos estereotipos”. Uno de tantos ejemplos citados es que la voz utilizada en las campañas institucionales no debe centrarse sólo en la de un hombre.

¿Qué hacer? ¿Cómo erradicar los estereotipos y roles sexistas, la desigualdad y violencia de género? Fueron las preguntas planteadas por las personas asistentes a la doctora Olga Bustos, a las que ella misma sugirió respuestas:

- Eliminando roles, actitudes, funciones, actividades y trabajos estereotipados sexistas en mujeres y hombres. *Destacar diversidad de actividades.....*
- Narradores hombres ¿y las mujeres?
- Importancia y necesidad de la formación-capacitación en perspectiva de género.
- Seguimiento para dar cuenta de los cambios deseados en las campañas.
- Foros para compartir experiencias de cambio, obstáculos y retos.
- Colocar el tema como algo prioritario
- Presupuestos con enfoque de género
- Elaborar política pública en esta nueva administración del Gobierno de Oaxaca

Después de tres horas de trabajo en la que las y los asistentes escucharon los resultados del monitoreo pero también expresaron dudas que les permitan redactar comunicados de prensa o diseñar campañas de difusión con lenguaje incluyente, el foro fue clausurado por el Gobernador del Estado, Gabino Cué Monteagudo.



Tras reconocer que su administración requiere dar pasos en políticas públicas transversales, el gobernador del estado, Gabino Cué Monteagudo, celebró que personal de la administración pública hayan asistido al Foro de Comunicación Social con Perspectiva de Género que organizó este miércoles el Instituto de la Mujer Oaxaqueña (IMO).

“Ojalá que este encuentro sirva como instrumento para que, como servidores públicos, sean cuidadosos de cómo abordan el lenguaje”, dijo al clausurar el foro en el que se presentaron los resultados del “Monitoreo de campañas de difusión del Gobierno de Oaxaca para identificar niveles de reproducción de estereotipos sexistas, desigualdad y violencia de género”, realizado por la investigadora Olga Bustos.

En ese sentido, la directora del Instituto de la Mujer Oaxaqueña (IMO), Anabel López Sánchez, anunció un trabajo interinstitucional intenso en la materia que redunde en políticas públicas específicas y alcance a todos los

niveles de gobierno: “El tema de la transversalización de la perspectiva de género no es tarea sólo del IMO, sino de toda la administración pública, es incluso una responsabilidad social”.

Explicó que durante la mañana de este miércoles quienes trabajan en las áreas de comunicación de las instancias de Gobierno reflexionaron en cómo al utilizar un lenguaje masculino se excluye a las mujeres. Por ello se distribuyó entre los asistentes un Manual de Lenguaje No Sexista y un Decálogo que orienta en cómo utilizar palabras incluyentes.



Además de recibir un ejemplar del Manual de Comunicación no sexista, quienes asistieron al foro recibieron un Decálogo de Lenguaje No Sexista impreso a dos vistas en hoja doble carta y laminado, para que sea fácil de manejar e incluso colgar en la pared.