

# PAR Periodistas de Argentina en Red por una comunicación no sexista

**Buenas días o tardes para todas y todos. Mi nombre es Marcela Gabioud, soy licenciada en Ciencias de la comunicación y docente universitaria y vengo en nombre de PAR (Periodistas de Argentina en Red por una comunicación no sexista) a esta audiencia pública.**

PAR es una red conformada por un centenar de periodistas mujeres y varones de distintos lugares del país, que nació en 2006 gracias a la iniciativa de un conjunto de organizaciones y profesionales de la comunicación. Realizó tres encuentros nacionales en la Ciudad de Buenos Aires, Córdoba y Salta. PAR también es coordinadora de la Red Internacional de Periodistas con Visión de Género que aglutina comunicadoras/es de América Latina, Caribe, España e Italia.

La Red prioriza la horizontalidad, la flexibilidad, la solidaridad, el compromiso, la organización, la coordinación entre pares, la protección recíproca de sus miembros/as, el respeto a la diversidad, a los derechos humanos, la libertad de conciencia y de expresión.

Estamos aquí justamente por considerar que la libertad de conciencia y de expresión no sólo le pertenecen a quienes ejercen el poder o a los dueños de los medios de comunicación masiva, sino que es un derecho de todas y todos.

Apoyamos los 21 puntos de la Coalición y la redacción de este proyecto de ley con los aportes realizados. En cada Foro realizado en todos estos meses desde la presentación del anteproyecto, en cada ciudad del país, les acercamos a los funcionarios del Comfer nuestras propuestas que incluían la redacción en lenguaje plural, la representación equitativa de género para cubrir los cargos en los entes de control, la creación de un CONSEJO ASESOR DE GÉNERO, DIVERSIDAD Y NO DISCRIMINACIÓN, multidisciplinario y pluralista, integrado por personas y organizaciones sociales con reconocida trayectoria personal y profesional en el trabajo, investigación y divulgación de esos temas.

Las mujeres hemos sido víctimas de la falta de libertad de expresión cuando en los medios nos subestiman, nos presentan como “opinión popular”, cuando no nos reconocen como actoras relevantes en nuestras profesiones, cuando nos dan para cubrir eventos de espectáculos o noticias livianas por considerar que no tenemos las “agallas necesarias” para cubrir los temas “serios”, que son otorgados a los hombres, cuando muchas veces sabemos igual o más que ellos.

Como profesionales de la comunicación vivimos a diario las injusticias de no tener voz ni ser dueñas de las palabras para emitir una visión que no refleja la perspectiva masculina de la realidad. Esto además, es más notorio en el interior del país donde muchas mujeres ingresamos en los medios de comunicación por que se valora nuestra imagen y no nuestros conocimientos. Los puestos directivos están ocupados mayoritariamente por varones, lo que además provoca que nuestros ingresos sean menores. Es real que hay una importante presencia de mujeres en los medios, pero estos todavía son un dominio masculino si se examinan los puestos más altos. Las mujeres están marginadas en las noticias, tanto en los contenidos del trabajo que hacen, como en las oportunidades que tienen de progresar en la profesión.

Los términos “suelos pegajosos” o “techos de cristal” se usan para describir cómo y por qué la brecha salarial por género aumenta con la edad, ya que se pasa por alto a las mujeres para la promoción a favor de nuestros colegas masculinos. Prácticas laborales poco favorables a la familia, como horarios inflexibles o la penalización de las mujeres por tomarse un tiempo para criar a los hijos, contribuyen a la brecha salarial.

La manera en que nos vemos, vemos a los demás, la idea de quiénes somos y nuestros roles como hombres y mujeres están influidos por el mundo mediático. Tener voz significa, para aquellos y aquellas que no logran ver la dimensión de esto, poder plantear temas que a nosotras nos interesan, como la interrupción legal de la gestación, la explotación sexual, la diversidad sexual y de cuerpos, la violencia en sus diferentes modalidades, el parto humanizado y muchos otros más, que no son tratados en los medios que regularmente escuchamos y miramos.

Según el Monitoreo Global de Medios que realiza la Asociación Mundial de Comunicación Cristina WACC (por sus siglas en inglés) y que se realiza cada 5 años, en el 2005 las mujeres fuimos sujetos del 22 por ciento de las noticias, mientras que representamos el 52 % de la población total. El 78% de las noticias fueron reporteadas y presentadas por hombres. Donde se presentan las mayores diferencias es en la radio, con un 76% de presencia masculina sobre un 24% femenina. Estoy segura que esos números

se profundizaron en estos últimos años, ya que muchas mujeres han perdido sus puestos de trabajos en los medios de comunicación y han sido reemplazadas por varones.

La voz de la mujer se refleja, principalmente, como “experiencia personal” y pocas veces como experta o comentarista especializada. El GMMP dice que es más fácil encontrar a las mujeres en noticias “ligeras”, que tienen que ver con asuntos como los famosos y las artes, donde aparecen en el 28% de las noticias, y es más difícil encontrarlas en las noticias “serias” sobre política, gobierno y economía

Es por esto que desde la red PAR trabajamos para hacer visible la condición social de las mujeres y luchar por la igualdad de oportunidades entre varones y mujeres. También por la recuperación de la Memoria Histórica de las mujeres y por crear espacios de construcción colectiva para la incidencia política y cultural. Además propiciamos la articulación de la Red con otras organizaciones de la sociedad civil.

Necesitamos una nueva ley que desafíe a las/os colegas, a reaprender algunas prácticas profesionales, promoviendo una cobertura inclusiva basada en el respeto a los derechos humanos, y posicionando la violencia de género – considerada erróneamente como una cuestión privada – como lo que es: un flagelo social, de índole público, que nos interpela a todas y todos.

Necesitamos una nueva ley para terminar con el uso de estereotipos ya que reflejan un bloqueo mental no sólo en términos de lo que la sociedad puede esperar de las mujeres, sino también—más seriamente—en términos de lo que las mujeres pueden esperar de sí mismas. Las estructuras de muchas sociedades se han basado en la asunción de roles basados en prejuicios sexuales, que se afianzan en el uso del lenguaje. Cuando un lenguaje con prejuicios sexuales se utiliza en una historia (por ejemplo, artesano, hombre de negocios, bombero...) los periodistas apoyan un prejuicio destructivo que sugiere que las mujeres están excluidas o incapaces de asumir esos roles. La auténtica igualdad de género debe liberar tanto a los hombres como a las mujeres de ese estrecho modo de pensar.

Periodistas de Argentina en Red-Por una comunicación no sexista (**PAR**), ha observado especialmente en el discurso que producen los medios de comunicación masiva sobre la violencia contra las mujeres.

Elaboramos un decálogo por considerar que los medios son actores sociales, políticos y económicos, con un rol fundamental en la construcción de valores, mitos, saberes y con incidencia en la instalación de aquellos temas que se consideran importantes en el imaginario colectivo.

Como periodistas, reproducimos la cultura de la cual formamos parte. Es así que a través de nuestra labor cotidiana toman estado público muchos casos de violencia de género, mal llamados crímenes pasionales, y la forma en la cual comunicamos los mismos es determinante en la consolidación de modelos y estigmas.

Estamos sujetas a las decisiones de los jefes de producción, editores y dueños de los medios, que por lo general, tienen una postura machista frente a la realidad y por lo tanto, nos obligan a reproducirla o quedarnos sin trabajo.

Sólo para mencionar un ejemplo, en Mar del Plata donde vivo actualmente, desde el 1° de julio hacemos en FM de la Azotea, una radio comunitaria, el primer programa con perspectiva de género ya que hasta el momento no existía en la ciudad algo similar en radio. Además, en esta ciudad se reproduce el esquema que existe en el resto del país, hay una empresa que es dueña de las tres radios AM de la ciudad, mas algunas FM donde reproduce la programación de las radios de AM, un diario local y tiene el monopolio del cable donde se abona uno de los aranceles más caros del país y claro que no hay otra forma, hasta ahora, de acceder al cable sino es por esta empresa.

Esta situación no sólo afecta a las personas que viven en la ciudad que son quienes conforman las audiencias, sino a los y las trabajadores/ras ya que aquellas personas que estudien periodismo en cualquiera de las instituciones de educación superior de la ciudad o en otras ciudades, como La Plata, Tandil o Buenos Aires, en muchos casos no pueden acceder a un empleo relacionado con su profesión o lo hacen en forma precarizada, porque existen pocas plazas para cubrir por falta de puestos de trabajo.

Por eso necesitamos que esta vez sí se apruebe una ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, para permitir el ingreso al mercado de nuevos actores, para crear más empleo, para reproducir nuestra cultura desde las diferentes perspectivas, para tener la palabra para decir lo que sentimos y pensamos.

Si bien consideramos que la ley es perfectible, esperamos el Congreso tome lo que la sociedad viene discutiendo desde hace más de 25 años. Para que después de tantos años podamos tener una ley donde todas y todos tengamos espacio para expresarnos, porque la libertad de expresión existe siempre y cuando se pueden ejercer los derechos de todos y todas.

Por todo ello, proponemos que se incluyan los dos puntos siguientes a la futura Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, sea cual fuere su origen o tratamiento parlamentario recibido:

1) La adopción por parte del Gobierno nacional de las medidas necesarias para que los medios de comunicación fomenten la protección y salvaguarda de la igualdad entre mujeres y varones evitando toda discriminación, y transmitiendo una imagen plural, igualitaria y no estereotipada de mujeres y varones, según lo prescripto por las normas internacionales y nacionales.

2) Respecto a la difusión de informaciones relativas a la violencia contra las mujeres, y sin perjuicio de lo establecido por la ley nacional 26485, deberá tenerse especial cuidado en el empleo de un lenguaje no sexista y en el tratamiento audiovisual utilizado para emitir estas informaciones, dejando siempre en claro que la violencia contra las mujeres, cualquiera sea su tipo, es una violación a su dignidad, su libertad, y a los derechos humanos.

Además, la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer de Beijing llama la atención sobre la necesidad de “alentar a los medios de comunicación a que examinen las consecuencias de los estereotipos sexistas, incluidos aquellos que se perpetúan en los anuncios publicitarios que promueven la violencia y las desigualdades de género, así como también la manera en que se transmiten durante el ciclo vital, y a que adopten medidas para eliminar esas imágenes negativas con miras a promover una sociedad no violenta”.

c) Como puede verse en los apartados anteriores, los antecedentes jurídico-institucionales en la materia no sólo aconsejan al Estado que apoye y genere conciencia en los medios de comunicación, sino que ejerza una efectiva tarea rectora, promoviendo el autoexamen de las políticas comunicacionales en materia de género -incluida la publicidad- y que induzca la adopción de medidas correctivas.

d) Mucho más allá apunta todavía la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer/ONU-1979, que compromete a los Estados Partes a “adoptar medidas adecuadas, legislativas y de otro carácter, con las sanciones correspondientes, que prohíban toda discriminación contra la mujer”. (Artículo 2, inc. b)

Precisamente, la expresión “discriminación” consignada en el punto 1 del presente proyecto, deberá ser entendida como “toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o

ejercicio por la mujer, independientemente de su estado civil, sobre la base de la igualdad del hombre y la mujer, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural y civil o en cualquier otra esfera”, tal cual la define la Convención citada en el párrafo anterior.

Es menester puntualizar que esta Convención, sancionada el 18 de diciembre de 1979, fue ratificada por el Estado argentino mediante la Ley N° 23.179 del año 1985.

e) La aplicación de medidas por parte del Gobierno Nacional que prohíban toda discriminación contra la mujer, no configuran per se una violación al derecho a la libertad de pensamiento y de expresión, por cuanto la Convención Americana sobre Derechos Humanos de San José de Costa Rica, 1969, prescribe claramente en su Artículo 13, inciso 2, que “estará prohibida por la ley toda propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, idioma u origen nacional”.

También la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer, indica en su artículo 5°, inciso a, que los Estados Partes tomarán todas las medidas apropiadas para “modificar los patrones socioculturales de conducta de hombres y mujeres, con miras a alcanzar la eliminación de los prejuicios y las prácticas consuetudinarias y de cualquier otra índole que estén basados en la idea de la inferioridad o superioridad de cualquiera de los sexos o en funciones estereotipadas de hombres y mujeres”.

f) Sustentando el alegato anterior, es meritorio recordar que existen abundantes antecedentes jurídicos al respecto. A título ilustrativo, citamos los siguientes ejemplos:

f-1) En México, la ley general de acceso de las mujeres a una vida libre de violencia indica:

- Fracción VIII. Vigilar que los medios de comunicación no fomenten la violencia contra las mujeres y que favorezcan la erradicación de todos los tipos de violencia, para fortalecer el respeto a los derechos humanos y la dignidad de las mujeres.

- Fracción X. Vigilar que los medios de comunicación favorezcan la erradicación de todos los tipos de violencia y se fortalezca la dignidad de las mujeres.

- Fracción XI. Sancionar conforme a la ley a los medios de comunicación que no cumplan con lo estipulado en la fracción anterior.

- Fracción XVIII. Vigilar que los medios de comunicación no promuevan imágenes estereotipadas de mujeres y hombres, y eliminen patrones de conducta generadores de violencia.

f-2) En España, son tres las leyes que prescriben actuaciones sobre el tema:

- La Ley de Violencia de Género, aprobada en diciembre de 2004, estipula que los MCM deben fomentar la igualdad y evitar la discriminación; se refiere al tratamiento informativo de la violencia de género y a la imagen de las víctimas y define la publicidad ilícita como aquella que da “una imagen vejatoria y discriminatoria” de las mujeres.

- La Ley de Igualdad, que indica que los MCM deben transmitir una imagen plural, igualitaria y no estereotipada de mujeres y hombres, e impulsar la participación de las mujeres en todos los niveles de decisión y programas, y que la discriminación de la mujer en medios y mensajes tiene que estar en el centro de las decisiones para transformar la programación.

- La ley de reforma de RTVE, de mayo de 2006, que le atribuye la obligación de “fomentar la protección y salvaguarda de la igualdad entre mujeres y hombres evitando toda discriminación”.

f-3) La Ley María da Penha (Nº 11.340 de 2006) contra la Violencia Doméstica y Familiar contra la Mujer de Brasil, se refiere a los medios de comunicación en por lo menos tres artículos:

- El Artículo 8, numeral III, promueve “el respeto en los medios de comunicación social de los valores éticos y sociales de la persona y de la familia, para reprimir los roles estereotipados que legitimen o exacerben la violencia doméstica y familiar”.

- El Artículo 8, numeral VIII, consigna como política pública la “promoción de programas educativos que diseminen valores éticos de irrestricto respeto a la dignidad de la persona humana con la perspectiva de género y de raza o grupo étnico”.

- Finalmente, la Ley faculta al juez a prohibir “el contacto con la ofendida, sus familiares y testigos, por cualquier medio de comunicación”. (Art.22, numeral III, inciso a)

f-4) En Argentina la Ley 26.485, de protección integral a las mujeres, tipifica como delito la “publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipados a través de cualquier medio masivo de comunicación, que de manera directa o indirecta promueva la explotación de mujeres o sus imágenes, injurie, difame, discrimine, deshonre, humille o atente contra la dignidad de las mujeres, como así también la utilización de mujeres, adolescentes y niñas en mensajes e imágenes pornográficas, legitimando la desigualdad de trato o construya patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o generadores de violencia contra las mujeres”.