

Publicado en 2021 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 7, place de Fontenoy, 75352 París 07 SP, Francia y la Oficina en México UNESCO.

© UNESCO 2021

ISBN 978-92-3-300153-4



Esta publicación está disponible en acceso abierto bajo la licencia Attribution-ShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>). Al utilizar el contenido de la presente publicación, los usuarios aceptan las condiciones de utilización del Repositorio UNESCO de acceso abierto (www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-sp).

Título original: Gender, media & ICTs: new approaches for research, education & training. Publicado en 2019 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura y Oficina fuera de la sede de la UNESCO.

Los términos empleados en esta publicación y la presentación de los datos que en ella aparecen no implican toma alguna de posición de parte de la UNESCO en cuanto al estatuto jurídico de los países, territorios, ciudades o regiones ni respecto de sus autoridades, fronteras o límites.

Las ideas y opiniones expresadas en esta obra son las de los autores y no reflejan necesariamente el punto de vista de la UNESCO ni comprometen a la Organización.

Editoras: Profesora Lisa French, Profesora Aimée Vega Montiel, Profesora Claudia Padovani

Autores contribuyentes: Dr Mark Poole, Dr María Soledad Vargas, Dr María Pilar Bruce Hoyuelos, Professor Carolyn M Byerly, Assistant Professor Melisew Dejene, Dr Edgar Vega Suriaga, Professor Mira K Desai, Professor Patricia Núñez-Gómez, Associate Professor Francisco A Zurian, Assistant Professor Francisco José García-Ramos, Dr Áida Mencía-Ripley, Professor Solangel Díaz

Revisión por pares: Julie Posetti, Asociada de Investigación Senior en el Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo de la Universidad de Oxford; Directora del Proyecto Journalism Innovation; Elspeth McOmish, Especialista de Programa, División para la Igualdad de Género, UNESCO.

Fotografía de cubierta: Mr. Clinton

Diseño gráfico: Mr. Clinton

Diseño de cubierta: Mr. Clinton

Ilustraciones: Mr. Clinton

Maquetación: UNESCO

Impresión: UNESCO

Impreso en México

Género, medios y TIC

*Nuevos enfoques de investigación,
educación & capacitación*

La UNESCO y la Educación Periodística

El apoyo de la UNESCO a la educación periodística está respaldado por una fuerte convicción de que los estándares profesionales periodísticos son esenciales para sacar a la luz el potencial de los sistemas de medios para fomentar la democracia, el diálogo, el desarrollo sostenible y la igualdad de género.

Los medios de comunicación profesionales fungen como guardianes del interés público. Este es un componente importante de los controles y equilibrios que forman parte de una democracia. Mediante la difusión de información confiable a los ciudadanos, los medios de comunicación promueven la participación ciudadana en el desarrollo y fortalecen la rendición de cuentas. Los ciudadanos no pueden ejercer o disfrutar de su ciudadanía en ausencia de información y conocimientos cruciales, que los periodistas bien capacitados están en mejores condiciones de proporcionar.

Sin embargo, las tendencias recientes en los últimos años han puesto en peligro al periodismo. Una serie de factores están transformando el panorama de las comunicaciones, planteando preguntas sobre la calidad, el impacto y la credibilidad del periodismo. Todo ello hace de la [Serie UNESCO sobre Excelencia en el Periodismo](#) un repositorio crucial para la educación y la capacitación en periodismo en todo el mundo.

Las y los educadores de periodismo pueden explorar la oferta de la UNESCO, que incluye programas de estudio sobre periodismo, noticias falsas y desinformación, manuales para ayudar a periodistas a informar sobre el cambio climático, incluyendo en África y la región Asia-Pacífico, Teaching Journalism for Sustainable Development: New Syllabi (Enseñando periodismo para el desarrollo sostenible: nuevo programa) y Model course on safety of journalists: a guide for journalism teachers in the Arab States (Curso modelo sobre seguridad de periodistas: una guía para profesores de periodismo en los Estados Árabes).

Los planes de estudio en este manual están diseñados para ser utilizados como un curso completo, o pueden usarse de manera personalizada para adaptarse al panorama de los medios y las necesidades de estudiantes de periodismo y comunicación a nivel local. Han sido desarrollados por expertas y expertos que están a la vanguardia de la educación en estas materias y se presentan en una variedad de formatos e idiomas.

Para descubrir de qué manera la Serie UNESCO sobre la Educación Periodística puede mejorar el trabajo de su institución, visite el sitio: <https://en.unesco.org/unesco-series-on-journalism-education>

CONTENIDO

Lista de Acrónimos y Abreviaturas	8
Glosario	10
Prólogo	14
Prefacio	17

1. Introducción: un marco conceptual para la enseñanza sobre medios, TIC e igualdad de género 23

1.1 Igualdad de Género, medios y TIC	24
1.2 Antecedentes del programa	27
1.3 Objetivos y enfoque pedagógico del curso modelo	29
1.4 Diseño, contenido, enfoque e impartición del curso	32

2. Manual de uso 39

2.1 Escenarios de uso	40
2.2 Niveles de intervención: propuesta global, adopción local	41
2.3 Actividades de aprendizaje	42
2.4 Retos y oportunidades de trabajar con el curso modelo propuesto por la red UNITWIN sobre Género, Medios y TIC	43

3. Unidades **47**

3.1 Representación, lenguaje y discurso	49
3.2 Acceso a toma de decisiones / poder de toma de decisiones	61
3.3 El género en las estructuras de medios y TIC	67
3.4 Audiencia, recepción y usos de medios y TIC	74
3.5 Violencia contra las mujeres (VcM) en y a través de medios y TIC	81
3.6 Transversalización de género en políticas de medios y TIC	88
3.7 Defensoría y activismo	101

Apéndices **108**

Apéndice 1: Documentos fundamentales	108
Apéndice 2: Recursos disponibles	110

Colaboradores **113**

Lista de autoras y autores de unidades	113
Lista de dictaminadoras	114
Agradecimientos	114

Bibliografía extendida **117**

LISTA DE ACRÓNIMOS Y ABREVIATURAS

- AWID** Asociación para los Derechos de las Mujeres y el Desarrollo (por sus siglas en inglés)
- AGEMI** Advancing Gender Equality in Media Industries
(Promoviendo la igualdad de género en las industrias de los medios de comunicación).
Un proyecto internacional financiado por la Unión Europea que funciona en paralelo a la elaboración del curso modelo de UNITWIN (<https://www.agemi-eu.org>). El consorcio de proyectos incluye a integrantes de la Red UNESCO UNITWIN sobre género, medios y TIC
- CEDAW** Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer
- ECREA** Asociación Europea de Investigación y Educación en Comunicación
- LE** Libertad de expresión
- LI** Libertad de información
- GAMAG** Alianza Global de Medios y Género
Un movimiento global para promover la igualdad de género en y a través de los medios. Integrantes de GAMAG son parte de la red de UNESCO UNITWIN sobre género, medios y TIC.
- GMMP** Proyecto de Monitoreo Global de Medios
- GSIM** Indicadores de Género para Medios de Comunicación
Un recurso de la UNESCO que proporciona un panorama integral de género en los medios de comunicación; una guía útil para comprender los problemas de género y medios en cuanto a su complejidad e interacción

AIECS	(UNESCO) Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación
PIDC	Lesbianas, Gais, Bisexuales, transgénero
LGBT	Lesbianas, gais, bisexuales, transgénero, de género diverso, queers e intersexuales
LGBTQI	Lesbianas, gais, bisexuales, transgénero, de género diverso, intersexuales, queers y otras identidades en evolución
LGBTQ+	Organización No-Gubernamental
ONG	Objetivos de Desarrollo Sostenible
ODS	Ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas (por sus siglas en inglés)
STEM	Science, technology, engineering, and mathematics
UNITWIN	Programa de Hermanamiento y Creación de Redes Universitarias de la UNESCO Las redes UNITWIN buscan promover la capacitación de investigación y el desarrollo de programas en las áreas de competencia de la UNESCO mediante la creación de redes de universidades y el fomento a la cooperación (http://www.UNITWIN.net)
DUDH	Declaración Universal de los Derechos Humanos
VcM	Violencia contra las Mujeres
WACC	Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (por sus siglas en inglés)

GLOSARIO¹

Cisnormatividad – es la presunción de que todos, o casi todos, los individuos son cisgénero. A pesar de que las personas identificadas como transgénero representan un porcentaje relativamente pequeño de la población humana, muchas personas trans* y aliadas consideran ofensiva la presunción de que todo el mundo es cisgénero al menos de que se especifique lo contrario.

Empoderamiento – Proceso colectivo e individual de mujeres y hombres que tienen el control sobre su vida, establecen su propia agenda, adquieren habilidades, fortalecen la confianza en sí mismos, resuelven problemas y son autosuficientes.

Feminismo – La posición política de abogar por los derechos de las mujeres y lograr igualdad entre hombres y mujeres. Las personas que defienden esta postura son feministas.

Pedagogía Feminista – Una manera feminista de abordar la teoría y la práctica de la enseñanza, los ambientes de aprendizaje, el estudio de disciplinas. Ver: <http://www.genderandeducation.com/issues/feminist-pedagogy/>

Género – Las diferencias entre masculino y femenino construidas socialmente, que varían según las épocas, y que difieren ampliamente entre culturas y dentro de las mismas. A diferencia de las características biológicamente determinadas (sexuales), el género se refiere a comportamientos aprendidos y a expectativas de cumplimiento para satisfacer una imagen de masculinidad o feminidad. El género también es una variable socioeconómica y política con la cual se analizan las funciones, responsabilidades, limitaciones y oportunidades de las personas. Los términos ‘género’ y ‘mujeres’ no son sinónimos, sino que el término “género” se utiliza para denominar a los atributos humanos o sociales relativos a las mujeres y los hombres en su conjunto.

¹ Las fuentes de este glosario son: UNESCO 2012, Indicadores sensibles al género para los medios: marco de indicadores para medir la sensibilidad al género en las operaciones y el contenido de los medios, disponible en: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/gender-sensitive-indicators-for-media-framework-of-indicators-to-gauge-gender-sensitivity-in-media-operations-and-content/> (Consultado el 14/11/2018) (Consultado el 14/11/2018) y UNESCO 2003, Marco de implementación de la integración de la perspectiva de género de la UNESCO: definiciones de referencia de conceptos y términos clave, disponible en: <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/BSP/GENDER/PDF/1.%20Baseline%20Definitions%20of%20key%20gender-related%20concepts.pdf> (Consultado el 14/11/2018)

Análisis de género – Recopilación y análisis de datos desagregados por sexo.

Dado que los hombres y las mujeres desempeñan roles diferentes, puede que su experiencia, conocimientos, competencias y necesidades sean también diferentes. El análisis según el género explora estas diferencias para que las políticas, programas y proyectos tengan en cuenta esta diferencia de necesidades y respondan a ella. El análisis según el género también facilita el uso estratégico de conocimientos y habilidades distintos de mujeres y hombres.

Conciencia de género (sensibilidad de género) – el compromiso de colocar las

necesidades y prioridades de las mujeres en el centro de la planificación del desarrollo y diseñar y analizar programas y proyectos contemplando los distintos efectos que pueden tener para mujeres y hombres. Esta conciencia supone entender que las mujeres deben tener igual participación que los hombres en las consultas sobre el diseño y la ejecución de políticas y proyectos de desarrollo.

Balance de género – ver paridad de género.

Violencia de género – todo acto que resulta o puede resultar en daño o

sufrimiento físico, sexual, psicológico o económico a una persona por razón de su género. Generalmente se refiere a violencia contra mujeres y niñas, y en estos casos también puede denominarse violencia sexista o machista. Pero incluye asimismo violencia contra lesbianas, hombres homosexuales, personas transgénero y transexuales. Estos actos comprenden amenazas, coerción, privación de la libertad, privación del derecho a trabajar y a ganar un ingreso, violencia sexual o psicológica, acoso y otras formas de hostigamiento, cometidos en la esfera pública y/o privada.

Igualdad de género – mujeres y hombres tienen derecho a acceder a la misma

posición social y las mismas oportunidades de realizar todos sus derechos humanos y alcanzar su potencial para colaborar con el desarrollo nacional, político, económico, social y cultural, además de disfrutar de sus resultados. Es la valoración igualitaria en la sociedad de las similitudes y diferencias entre mujeres y hombres, y de los diferentes roles que ambos elijan desarrollar. La Convención de las Naciones Unidas sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW, por sus siglas en inglés) establece los principios de igualdad de género a través de la garantía de que las mujeres tengan igual acceso a, e iguales oportunidades en, la vida política y la vida pública, así como a educación, salud y empleo.

Equidad de género – es la presencia y participación equitativa de mujeres y

hombres a fin de lograr la igualdad de género en un ambiente específico. Es el proceso de ser justo con las mujeres y con los hombres. Para asegurar esa justicia, generalmente se toman medidas a fin de compensar las desventajas históricas y sociales que les impiden a las mujeres desempeñarse como iguales frente a los hombres.

Incorporación de la perspectiva de género (Transversalización de género) – Se trata de una ‘metodología’: el proceso de integrar la perspectiva de género en todas las actividades llevadas a cabo por una organización, incluyendo sus políticas, programas, capacitaciones, reclutamientos y evaluaciones, con el principal objetivo de lograr la igualdad de género.

Paridad de género – Es un concepto numérico para medir la representación y la participación. La paridad de género es un paso necesario, mas no suficiente, hacia la igualdad de género. Paridad de género es igual a balance de género.

Representación de género – Representación de roles, comportamientos y características de género.

Sensibilidad de género – El primer paso hacia la sensibilidad en cuestiones de género es tomar conciencia de género. El segundo es ser “sensible a las cuestiones de género”, un concepto que se refiere a la articulación de políticas e iniciativas que abordan las diferentes necesidades, aspiraciones, capacidades y contribuciones de mujeres y hombres.

Estereotipo de género – construcciones sociales sobre hombres y mujeres, generalmente, mas no necesariamente, sexistas y negativas, que ignoran la complejidad y sirven para descartar excepciones y elecciones.

Transformadores de género – Políticas e iniciativas que buscan cambiar las políticas, las prácticas y los programas existentes, sesgados o discriminatorios, así como promover transformaciones estructurales para la mejora de la vida de todas las personas.

TIC – Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) son formas modernas de tecnologías de información y comunicación que hacen uso de métodos electrónicos (tanto digitales como no digitales) para transmitir, procesar, almacenar, crear, exhibir, compartir o intercambiar información. La UNESCO incluye en su definición a computadoras, el internet (sitios web, blogs, correos electrónicos, redes sociales y mensajería), tecnologías de transmisión pública en vivo (radio, televisión, y emisión vía internet), tecnologías de radiodifusión grabadas (podcasting, grabaciones de sonido para dispositivos y/o reproductores de audio y de video) y telefonía (fija o móvil, satelital, videoconferencias, etc.).

Sexo – El sexo describe las diferencias biológicas entre hombres y mujeres, que se determinan al nacer.

Datos desagregados por sexo – Los datos se cruzan según el sexo para clasificar la información de mujeres y hombres.

Sexismo – Supuesto, creencia o convicción de la superioridad de un sexo sobre el otro, que suele expresarse en la asignación tradicional de roles sociales según estereotipos, con la consiguiente discriminación de las integrantes del sexo supuestamente inferior.

Prólogo

Guy Berger

Todas las personas pueden notar la rapidez con que ha cambiado la comunicación digital, pero nadie nota la lentitud de la transformación de la desigualdad de género en y a través de los medios. Somos aún menos quienes comprendemos los complejos factores subyacentes en su totalidad y la mejor manera de abordarlos.

Sin embargo, una cosa queda clara: es necesario acelerar el ritmo de los avances con respecto a la igualdad de género. Necesitamos aprovechar las oportunidades digitales para avanzar hacia esta meta y necesitamos luchar contra nuevas tendencias que refuercen y exacerben los patrones existentes de discriminación, estereotipificación y opresión.

Se puede encontrar una mayor profundización con relación a los problemas y sus soluciones en esta nueva publicación: Género, Medios y TIC: nuevos enfoques de investigación, educación & capacitación. Se trata de un recurso oportuno para todos los sectores interesados en el futuro del periodismo, los medios y las comunicaciones. Incluso aquellos que pudieran pensar que ya conocen sobre el tema o que se trata de algo tangencial a sus áreas, encontrarán relevancia en estas páginas. Algunos podrían tener dificultades con los conceptos y análisis complejos tal y como se presentan, pero su persistencia será fructífera por cuanto serán depositarios de comprensión y conocimiento renovados. No esperen un recetario de ejercicios, sino una oportunidad para un cuestionamiento sistémico (en siete unidades) sobre los temas clave que están en juego. Se hace una invitación especial al sector conformado por profesionales que enseñan a estudiantes de periodismo y comunicación a hacer uso de esta publicación en apoyo a sus labores para ayudar a sus estudiantes a involucrarse en temas de igualdad de género como dimensión clave de la revolución digital del presente.

La iniciativa de este libro responde a una necesidad práctica identificada por la UNESCO y sus socias y socios de educación superior de la Red UNITWIN sobre Género, Medios y TIC. Es decir, en épocas de cambios veloces, el imperativo de equipar a una nueva generación de periodistas y profesionales de los medios para que sean completamente sensibles a los temas de género, tanto en sus lugares como en sus productos de trabajo.

Es evidente que los medios y las redes sociales pueden desempeñar un papel clave en la reproducción de la desigualdad de género, y de la misma manera, en fomentar la igualdad. De ello se desprende que la comunicación sensible al género puede contribuir directamente al logro del Objetivo de Desarrollo

Sostenible 5 “Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas”. Este tipo de comunicación también es esencial para el ODS 16.10 que establece el reto mundial de garantizar “el acceso público a la información y a proteger las libertades fundamentales”. Asimismo, es clave para la democracia y, de manera más amplia, para el desarrollo sostenible.

En resumen, el profesorado puede formar estudiantes capaces de lograr un impacto en el ambiente futuro de la comunicación para ayudar a que este sea incluyente, diversa y abierta.

Este proyecto contó con la participación de académicas y académicos de 10 universidades de todas las regiones del mundo: Universidad Complutense (España), Universidad de Hawassa (Etiopía), Universidad de Howard (Estados Unidos), Universidad Iberoamericana de República Dominicana (UNIBE), Universidad Nacional Autónoma de México (México), Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (Chile), Universidad RMIT (Australia), Universidad de Mujeres SNDT (India), Universidad Andina Simón Bolívar (Ecuador), Universidad de Padua (Italia).

En la preparación de este programa, las y los integrantes de estas universidades de la red UNITWIN iniciaron un proceso de un año de investigación, mapeo y redacción para asegurar que las diferencias culturales se tomaran en consideración al momento de redactar los capítulos. Esto sustenta el enfoque sobre conceptos tales como la transversalización de género, sensibilidad de género, igualdad y equidad, todos reflejados en el libro. También garantiza un amplio rango de información y evidencia actualizada que puede resonar adecuadamente de diferentes formas y en diferentes países.

Este nuevo producto forma parte de la Serie UNESCO sobre la Educación Periodística y se suma a otros programas y manuales, tales como *Periodismo, ‘Noticias falsas’ y Desinformación*; *Transmitir el mensaje, Informando sobre Cambio Climático y Desarrollo Sostenible en Asia y en Pacífico*; y *La enseñanza del periodismo para el desarrollo sostenible*. También sigue de cerca los Indicadores de Género para Medios de Comunicación (GSIM, por sus siglas en inglés), proporcionando así un elemento educativo de acompañamiento a los GSIM. Puede estar asociado de manera acertada con la publicación de 2019 de UNESCO y GAMAG, *Setting the Gender Agenda for Communication Policy, New approaches from the Global Alliance on Media and Gender*.

Cabe recalcar que esta publicación corresponde al acuerdo de los 193 estados miembro de la UNESCO sobre que la Igualdad de Género debe ser una prioridad en todas las labores de la Organización. En este contexto, la publicación surge del mismo énfasis del consejo especializado de la UNESCO que encabeza el Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC). En

particular, ha sido bajo el liderazgo de Albana Shala, presidenta electa del Consejo de 2014 a 2018, que se hizo disponible un financiamiento por parte de los Países Bajos para que este recurso fuese posible. Finalmente, la publicación se alinea con lo expresado por el Secretario General de la ONU Antonio Guterres sobre que “mientras las personas sufran discriminación, sesgo y violencia con base en su orientación sexual, identidad de género o características sexuales, debemos duplicar nuestros esfuerzos para acabar con estas transgresiones”.

La UNESCO, en conjunto con la Red UNITWIN sobre Género, Medios y TIC, hace un llamado a las y los profesores de periodismo y comunicación para que utilicen esta publicación con el propósito de promover la concientización sobre temas de género entre futuras y futuros periodistas, profesionales de los medios y comunicadores. Sin nuestra sensibilidad ante las desigualdades implicadas no es posible responder ante la situación, y mucho menos ayudar en la transformación. Por lo tanto, esta publicación busca coadyuvar en lograr el desarrollo completo de cada ser humano, independientemente de su sexo o género, y junto con las posibilidades de la era digital.

Guy Berger

Secretario del PIDC

Prefacio

Margaret Gallagher

A finales de 1970, la UNESCO encargó dos análisis internacionales sobre la bibliografía existente en el tema de mujeres y medios de comunicación (Ceulemans y Fauconnier, 1979; Gallagher, 1979). Siendo los primeros de esta naturaleza, estos informes evaluaron los resultados de investigación y subrayaron las áreas que requerían de acción. Ambos identificaron la importancia de la educación y la capacitación para mejorar el acceso de las mujeres a las organizaciones de medios de comunicación, así como su influencia en las mismas, pero ninguno abordó la problemática del programa de estudios. Una de las propuestas de Ceulemans y Fauconnier apuntaba a hacer una "evaluación de libros de texto de las escuelas de comunicación para modificar las conceptualizaciones sexualmente diferenciadoras" (p.68). Gallagher hizo hincapié en los medios de comunicación como agentes culturales que "refuerzan las definiciones e identidades establecidas dentro de sistemas predeterminados de socialización" (p. 49), pero no estableció conexiones explícitas entre valores culturales, el contenido del programa de estudios y la socialización. Uno de los principios de estos primeros estudios era que el acceso de las mujeres a la educación y capacitación era fundamental para lograr igualdad en y a través de los medios. Sin embargo, la falta de una crítica detallada de ese contenido educativo y de capacitación limitó fuertemente cualquier ganancia que pudiera acumularse de un mayor acceso al mismo.

Desde principios de los 90, los datos de la UNESCO que cubrían 83 países mostraban que en 53 de ellos (64%) las mujeres representaban una mayoría del estudiantado universitario de periodismo y comunicación (Gallagher, 1995, p.5). No obstante, ya quedaba claro que la entrada de las mujeres a la educación y capacitación periodísticas no había llevado a un cambio notable con respecto a los patrones de género, ya sea del contenido en medios o de sus estructuras de toma de decisiones. Fue aquí donde las investigadoras feministas comenzaron a enfocarse seriamente en la naturaleza genérica de los planes de estudio de las carreras de periodismo y comunicación (ibid., p. 7). En sus escritos de 1993, Lana Rakow reflexionó sobre las formas superficiales y tangenciales en las que se abordan los temas de género y raza en los planes de estudios. Ella argumentó que, en el mejor de los casos, se les "tolera o da cabida", mientras que lo que realmente se requiere es una transformación con base en una reconsideración de la perspectiva de todo el material que se está enseñando actualmente: '¿A quiénes pertenecen las experiencias arraigadas en los cánones teóricos y de investigación que se enseñan actualmente? ¿Quién escribió las teorías? ¿Quién llevó a cabo la investigación? ¿De quiénes son el discurso, las estrategias de retórica, las relaciones, las experiencias con

tecnología, los medios de comunicación, las definiciones de noticias sobre las que están aprendiendo sus estudiantes?’ (Rakow, 1993, p.159).

Este tipo de preguntas han inquietado a profesoras e investigadoras feministas en busca de materiales que den voz a perspectivas fuera del canon tradicional. Algunas han producido sus propios recursos a raíz de la necesidad de cerrar una brecha con respecto a la bibliografía disponible². Por ejemplo, al introducir la lógica en la que se basa su colección de ensayos del 2001 para su uso masivo en cursos de comunicación, Elizabeth Toth y Linda Aldoory explicaron: “El libro tomó forma, reconociendo que la mayoría de los libros de texto estándar no abordaban el tema de comunicación de masas desde perspectivas de género y diversidad. Los libros que estudiamos tenían un aire de ‘objetividad’ pero ningún reconocimiento sobre cuál, y de quién, era la objetividad o experiencia que debíamos creer. Puesto que estábamos luchando con material que no apelaba a nuestro género y diversidad, pensamos que otras personas tendrían los mismos problemas” (pp. viii-ix).

Casi 20 años después, un vistazo a la mayoría de los libros de texto y planes de estudio puede confirmar que, con frecuencia, los estudios de género y medios de comunicación siguen siendo considerados como áreas de subespecialidad dentro del plan de estudios principal. A pesar de décadas de estudios sobre medios feministas, los problemas de género y medios de comunicación apenas han sido parcialmente institucionalizados dentro de los planes de estudio académicos y de capacitación. A pesar de que ahora existe un cuerpo sustancial de bibliografía disponible, las críticas basadas en el género de sistemas y procesos de comunicación han tenido poco impacto en el marco más amplio de lo estudios de comunicación. Las preocupaciones con respecto al poder, los derechos y la democracia han estado al centro del análisis feminista de medios desde sus inicios, y en las últimas dos décadas, el trabajo feminista sobre globalización, políticas de medios, desarrollo de tecnología y economía política ha incrementado. Sin embargo, los libros de texto sobre comunicación, si es que reconocen la problemática de género, siguen ignorando estas dimensiones de estudio feminista. Por ejemplo, a pesar de que la altamente influyente obra *Mass Communication Theory*, de McQuail, en sus ediciones sucesivas entre 1983 y 2010, gradualmente amplió sus discusiones sobre género y medios de comunicación, su sexta edición (2010) ubicó de todas maneras la teoría y el estudio feministas exclusivamente en el contexto de cultura, representación, textos y audiencias. No había consideración alguna respecto al género en relación con las teorías de medios de comunicación y sociedad, libertad de medios de comunicación y rendición de cuentas, economía y gobernanza

2 Algunos, como el Politécnico de Namibia con el apoyo de la UNESCO, otorgaron el plan de estudios de periodismo y lo revisaron para “desmasculinizar” el sesgo preexistente.
http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=47835&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

de medios de comunicación, temas globales de medios de comunicación, o comunicación política. La impresión que se dio es que el análisis feminista no está relacionado con estos temas centrales en el plan de estudios de comunicación, y que las preocupaciones feministas se limitan a la esfera de identidad de género y su construcción. En esta interpretación, los estudios de feminismo sobre medios se consideran como una especialización dentro del ámbito de la comunicación, en vez de una perspectiva a aplicarse en el campo en general.

La presentación del género como un tema de ‘especialización interna’ en lugar de un enfoque para la comunicación es algo que prevalece en textos clave del campo. Una de las maneras en que esto sucede es con la inclusión de un capítulo sobre feminismo o género dentro de antologías o colecciones. Usualmente, se espera que este capítulo establezca un análisis de género general sobre el tema en cuestión (por ejemplo, periodismo, políticas, prácticas de medios de comunicación), mientras que los demás capítulos proporcionan perspectivas más “convencionales”. De manera similar, la inclusión del “módulo de género” o de la “materia optativa sobre género” dentro del plan de estudios de comunicación tiende a separar la discusión sobre temas de género en un paquete discreto cuya relación con los demás elementos del plan de estudios es, en el mejor de los casos, poco convincente. Aun así, un análisis de género completamente integrado puede aportar a nuestra comprensión de procesos y prácticas complejas de comunicación, por ejemplo, alejándose de un nivel meramente abstracto de análisis hacia un punto de entrada que reconoce las acciones y la experiencia de personas que existen dentro de dichos procesos y prácticas.

Por todas estas razones, el marco y el programa de estudios de esta red UNITWIN representan un potencial logro. El modelo propone un enfoque integral de la enseñanza y el estudio de género, medios de comunicación y TIC, con base en un conjunto de temas y subtemas posibles. Uno de los problemas con muchos de los análisis de medios de comunicación basados en género, tiene que ver con sus dos puntos focales: contenido/representación y participación/toma de decisiones, que con frecuencia se han analizado por separado y aislados el uno del otro. Este ha sido un enfoque conservador y autolimitante. Al ignorar las cuestiones estructurales y de políticas públicas, frecuentemente se ha fallado en reconocer las profundas interconexiones (entre las instituciones culturales, comerciales, políticas y mediáticas) que promueven, mantienen y refuerzan las relaciones desiguales de género. El marco de la red UNITWIN reconoce explícitamente la naturaleza de interconexión de las múltiples dimensiones de desigualdad de género en la amplia esfera de los medios de comunicación y las TIC. Su perspectiva multidimensional e interseccional busca producir una experiencia educativa transformadora tanto para el estudiantado como para el profesorado. Por lo tanto, la preocupación de esta obra no está en proporcionar

un contenido detallado, sino establecer una serie de temas, enfoques y recursos que, en conjunto, puedan fomentar que las y los lectores establezcan sus propios caminos a través de la red compleja de temas que surgen en contextos geoculturales específicos.

Un aspecto importante del marco es el de su insistencia sobre la necesidad de articular las experiencias, frecuentemente desconectadas, de representantes de la academia, profesionales de los medios de comunicación y activistas en temas de género a través de sus encuentros, discusiones y actividades para poder enriquecer una reflexión teórica/crítica y la práctica mediática. Esto es crucial para la filosofía basada en el cambio que ha guiado a la red UNITWIN en el desarrollo de su curso modelo. Su objetivo final es el de formar a una nueva generación de profesionales conscientes en temas de género que cuenten con el conocimiento y las habilidades críticas para fomentar la igualdad, la diversidad y la inclusión en el ámbito de los medios de comunicación, en la esfera de lo digital y de las TIC del mañana. Esto será un enorme reto.

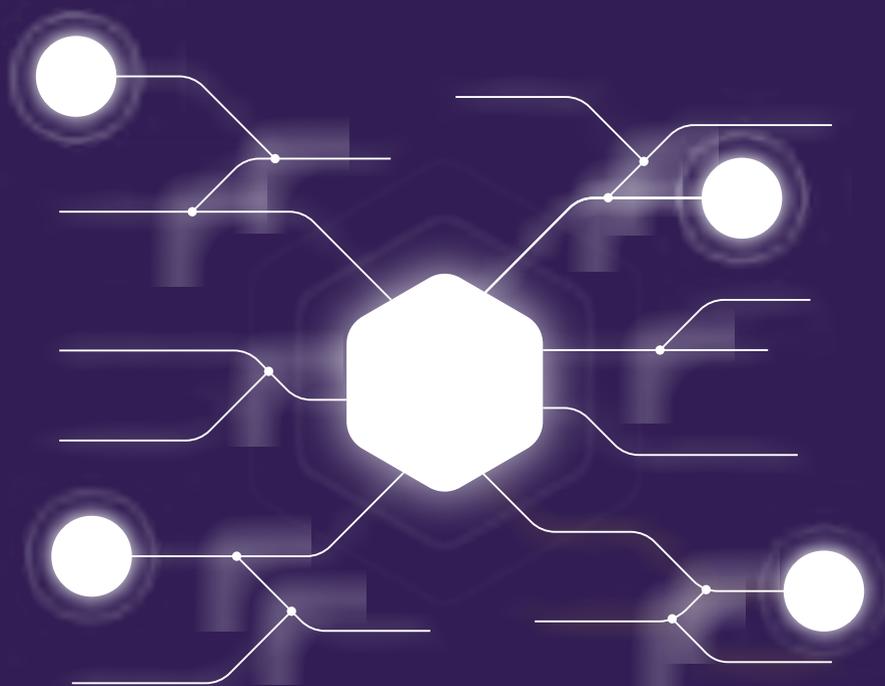
Mucho ha cambiado en las cuatro décadas desde los primeros análisis de inventario de la UNESCO a nivel internacional en el ámbito de las mujeres en los medios. Repasar esos informes tempranos nos recuerda un panorama mediático que, de cierta forma, es casi irreconocible el día de hoy. Desde entonces, la educación feminista relacionada con los medios se ha expandido y profundizado de manera extensa, mientras que nuevos medios han exigido nuevos enfoques analíticos. Sin embargo, muchos de los temas o problemas identificados hace 40 años siguen presentes, aunque con aspectos diferentes. Un cambio arraigado es algo evasivo. Efectivamente, a dos décadas desde que la Conferencia de Beijing haya declarado los medios de comunicación como un “área crítica de preocupación”, existe evidencia de que, en varios frentes, el ritmo de avance hacia la igualdad de género ha disminuido o se ha estancado (Gallagher, 2017). Esto puede atribuirse a una serie de factores sociopolíticos y económicos, incluyendo el acceso desigual a la educación y a capacitaciones para niñas y mujeres. A pesar de que la cuestión del acceso ha sido de importancia en la agenda internacional desde hace décadas, se ha prestado relativamente poca atención a la ausencia de una perspectiva de género en los planes de estudio y la necesidad de alternativas en esta materia. Es por esta razón que, en nuestro mundo saturado de medios de comunicación, el curso modelo UNITWIN es tan importante y potencialmente transformador.

Referencias

- Brown, E.M. 2010, *A Gender Toolkit for Educators: Techniques to assist educators in mainstreaming gender* http://portal.unesco.org/en/files/47654/12737402501Gender_Toolkit_for_Educators.pdf/Gender%2BToolkit%2Bfor%2BEducators.pdf
- Ceulemans, M & Guido FF 1979, *Mass Media: The Image, Role and Social Conditions of Women*. UNESCO, Paris.
- Gallagher, M 1979, *The Portrayal and Participation of Women in the Media*. Paris: UNESCO.
- Gallagher, M 1995, *An Unfinished Story: Gender Patterns in Media Employment*. UNESCO: Paris. Reports and Papers on Mass Communication, 110.
- Gallagher, M 2017, 'Gender and Media: A Critical Analysis 20 Years After Beijing', *Comunicazione Politica*, 2/2017, pp. 191-208.
- Lowie Morna, C. 2002 *Gender in Media Training: A Southern African Toolkit* http://portal.unesco.org/en/files/47269/12650028681Gender_in_Media_Training_A_southern_African_Toolkit.pdf/Gender%2Bin%2BMedia%2BTraining%2BA%2Bsouthern%2BAfrican%2BToolkit.pdf
- McQuail, D 2010, *McQuail's Mass Communication Theory* (6th edition). Sage Publications: London.
- Rakow, L 1993, 'The Curriculum Is the Future', *Journal of Communication*, vol. 43, no. 4, pp. 154-162.
- Aldoory, L & Toth, E L (eds.) 2001, *The Gender challenge to media: diverse voices from the field*, Hampton Press: Cresskill, NJ.

Sección I

Introducción: Marco conceptual para la enseñanza de medios, TIC e igualdad de género



1.1 Igualdad de género, medios y TIC

La igualdad de género es un elemento crucial para lograr la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible. Es un marco para el desarrollo de políticas que involucra a la comunidad internacional, así como a una pluralidad de actores, incluyendo instituciones de educación superior. La Agenda 2030 visualiza un mundo de “respeto universal de los derechos humanos y de la dignidad humana” y un mundo en el que “toda mujer y niña goza de igualdad total de género y todas las barreras jurídicas, sociales y económicas ante su empoderamiento han sido eliminadas” (Objetivo 5). Reivindica la igualdad de género, no solo como un derecho humano fundamental, sino como un fundamento necesario para un mundo pacífico, próspero y sostenible (PNUD, 2016).

La no discriminación sexual de las mujeres y las niñas ha sido uno de los pilares de los principios y las normas internacionales, desde la Declaración Universal de los Derechos Humanos (ONU 1948, Artículo 2), hasta la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación Contra la Mujer (CEDAW, por sus siglas en inglés, 1979); mientras que la igualdad de género se ha articulado como un objetivo fundamental en ocasión de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, llevada a cabo en Beijing en 1995 (ONU Beijing PdA 1995, párrafo 3), en conjunto con el desarrollo y la paz.

A lo largo de los años, los principios de no discriminación y de igualdad de género se han consagrado en una serie de disposiciones internacionales, regionales y nacionales, incluyendo la Convención Europea de Derechos Humanos (Consejo de Europa, 1950, Artículo 14), los Tratados de la Unión Europea (UE 1999 y 2009, Artículos 2 y 3), la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea (UE 2000, Artículo 21), el Protocolo de la Carta Africana de los Derechos Humanos y de los Pueblos sobre los Derechos de la Mujer en África (UA 2003), la Convención Interamericana suscrita en Belém do Pará (OEA, 1995), el Protocolo sobre Género y Desarrollo adoptado por la Comunidad de Desarrollo de África Austral (SADC, por sus siglas en inglés, 2008), y las recomendaciones que surgieron de la Conferencia Regional de las Mujeres del Pacífico organizada por la Comunidad del Pacífico (2013).

La UNESCO ha establecido la igualdad de género como una de sus prioridades a nivel global en su estrategia a mediano y largo plazo 2014–2021. Asimismo, el Plan de Acción de la UNESCO sobre la Igualdad de Género brinda orientación con respecto a la manera en que una perspectiva de igualdad de género debe verse reflejada en políticas, programas y procesos en diferentes niveles. En el plan, se presta especial atención a la información y la comunicación con el propósito de “superar los desequilibrios de género de manera universal y promover el desarrollo sostenible, así como reducir la pobreza a través de la comunicación y la información” (UNESCO 2014, Gran Programa V). Por lo tanto, construyendo sobre un compromiso a largo plazo con la igualdad de género,

considerada crucial para medios de comunicación plurales, diversos, libres e independientes, y comprometida con la creación de sociedades incluyentes de conocimiento, la UNESCO trabaja en conjunto con ONU Mujeres y otros socios en el desarrollo de mecanismos para dar seguimiento a la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing (ONU Beijing PdA 1995), en donde se incluyó el “diagnóstico de mujeres y medios de comunicación” (incluyendo la comunicación y las tecnologías digitales) como una de las áreas estratégicas para fomentar la igualdad de género.

De hecho, la Sección J de la Plataforma de Acción de Beijing incluye el Objetivo Estratégico J.1 sobre “aumentar el acceso de la mujer y su participación en la expresión de sus ideas y la adopción de decisiones en los medios de difusión y por conducto de los mismos, así como en las nuevas tecnologías de comunicación” y el Objetivo Estratégico J.2 sobre “fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión”, así como una serie de recomendaciones dirigidas a gobiernos, ONG, los medios de comunicación mismos, y otras partes interesadas.

La Sección J subraya los problemas relacionados con la desigualdad de género y los medios de difusión que tienen una larga historia (Ross, 2013) y han sido monitoreados constantemente mediante iniciativas internacionales, tales como el Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP, por sus siglas en inglés, 2015).

De hecho, décadas de reflexiones intelectuales³ e intervenciones⁴ en políticas públicas han recalcado la pluralidad de los retos que afectan particularmente a las mujeres en su relación con los medios de comunicación, incluyendo su representación distorsionada o invisibilidad persistente, y una tendencia dispersa hacia la adopción de representaciones estereotipadas en los medios, desde los medios de comunicación (Tuchman 1978; Gallagher 1985; Van Zoonen 1994) hasta las esferas del cine y la publicidad (Goffman 1979; Pollay 1986; Kilbourne et al 1996). Los investigadores han estudiado la discriminación en contra de la mujer en el ámbito laboral que se manifiesta en desigualdad salarial y oportunidades de traslado (Gallagher 1981; IWMF 2012), así como la desigualdad de acceso de las mujeres a recursos económicos y activos, incluyendo a la propiedad de medios de comunicación (Byerly & Valentine 2016). Asimismo, los medios tradicionales se caracterizan por los bajos niveles de participación de las mujeres, particularmente en funciones administrativas y puestos de toma de decisiones (IWMF 2012; EIGE 2013), al igual que las industrias digitales (Edstrom & Facht 2018). La violencia, el abuso y el acoso contra mujeres periodistas, se han convertido en una de las principales preocupaciones en el ambiente digital actual (Malamuth & Briere

3 Ver colecciones recientes que brindan panoramas de temas y perspectivas; Ross 2012; Byerly 2013; Carter, Steiner and McLaughlin 2013.

4 Ver Padovani y Pavan 2017; Padovani 2018.

1986; Vega Montiel 2014; OCSE 2016), así como temas problemáticos relacionados con divisiones de género y desigualdad de acceso a tecnologías y conocimientos relevantes. Estos han sido subrayados en el contexto de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI Declaración de Principios 2003, párrafo 12), en informes institucionales recientes (UNESCO 2016), y al seno de la Comisión sobre la Condición Jurídica y Social de la Mujer (CSW, por sus siglas en inglés) 62 cuya evaluación de 2018 estuvo relacionada con el género, los medios y las TIC. Gracias a la influencia de la Alianza Global para Medios y Género (GAMAG, por sus siglas en inglés), ocho recomendaciones relacionadas con esta agenda fueron incluidas en las conclusiones acordadas de la CSW adoptada por los Estados Miembro en marzo del 2018.

Por lo tanto, se deben reconocer y atender las configuraciones complejas de desigualdades de género dentro de las esferas de medios, con debida consideración del hecho de que los medios y las TIC ocupan una posición estratégica, aunque delicada, en la sociedad cuando de relaciones de género se trata. Las TIC son esenciales para hacer de la igualdad de género una realidad mediante el apoyo de perspectivas del mundo que sean conscientes del género y sensibles al mismo. Al mismo tiempo, los medios y las TIC se ven inmersos con demasiada frecuencia en dinámicas de poder basadas en la desigualdad de género que se reproducen con facilidad ante la falta de reconocimiento de las estructuras y los modos de operación desiguales de los propios medios, o al priorizar el lucro por encima de los derechos humanos de las mujeres con respecto a la comunicación. Sin embargo, con base en la lógica de los ODS, lograr un desarrollo sostenible requiere del reconocimiento de las contribuciones de las mujeres, en toda su diversidad, y de la garantía de su participación igual y significativa en las decisiones que afectan sus vidas y sus comunidades.

Tanto los esfuerzos enfocados en la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres, como los enfoques multidimensionales que tomen en cuenta las experiencias, necesidades y contribuciones ciudadanas, son necesarios para abordar los numerosos retos que surgen de las relaciones de género desiguales en los medios y en otros sectores de la comunicación, como parte de los esfuerzos de desarrollo.

La educación se encuentra en el centro de cualquier intento por fomentar la igualdad de género como componente integrado de toda la Agenda 2030, para concientizar a hombres y mujeres jóvenes, capaces de identificar prácticas desiguales, y adecuadamente equipados para contribuir a que sus futuras profesiones y ambientes laborales sean más consciente con respecto al género y sensibles ante el mismo. Con respecto a la comunicación (los medios y las transformaciones digitales), se debe esperar un compromiso serio por parte de las instituciones educativas para proporcionar a la siguiente generación de profesionales en estos sectores el conocimiento y la comprensión que lograrán hacer una diferencia.

En este contexto, la UNESCO se asocia con redes globales que tienen el mandato de promover la igualdad de género en los medios y por conducto de ellos, tales como la Alianza Global para Medios y Género⁵, con asociaciones de investigación, tales como la Asociación Internacional de Estudios en Comunicación Social (AIECS⁶), y con redes universitarias sobre género, medios y TIC, particularmente la red UNITWIN⁷. Este programa (o curso modelo) es un resultado de dicha colaboración: aunque está publicado en la Serie UNESCO sobre la Educación Periodística, apela a un público amplio de profesores e instituciones de educación superior en los ámbitos del periodismo, los medios y la comunicación.

1.2 Antecedentes del programa

Entender las causas, realidades y consecuencias de las relaciones desiguales de género en el sector de los medios, y abordar las oportunidades y prácticas que resulten en una comunicación desigual sigue representando un reto, así como un objetivo que, dada la centralidad de los medios y la comunicación en el mundo actual, necesita mantenerse en la lista de prioridades de la agenda con el propósito de fomentar sociedades justas, diversas y equitativas.

Por todo lo anterior, se creó la Red UNITWIN sobre Género, Medios y TIC de la UNESCO en el 2015 como una red mundial de universidades con el objetivo de promover un sistema integral de investigación, educación y difusión de actividades en materia de género, medios de comunicación y TIC en distintas regiones del mundo. La red opera consistentemente dentro del marco y con base en las metas de la Alianza Global para Medios y Género (GAMAG) promovida por la UNESCO para dar respuesta a los requisitos de acción establecidos por la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing que valida el significado y la importancia de la investigación y educación para fomentar la igualdad y la sensibilidad de género en todos los tipos de medios.

Comenzando con un ejercicio de mapeo de prácticas educativas existentes en diferentes regiones del mundo, con el propósito de subrayar las brechas y las buenas prácticas en la educación superior, la Red UNITWIN ha desarrollado esta propuesta de curso modelo para responder ante la necesidad urgente de equipar a una nueva generación de profesionales del periodismo, los medios y la comunicación que son conscientes con respecto al género en sus lugares de trabajo y sensibles al género en cuanto al contenido que producen.

5 www.gamag.net

6 www.iamcr.org

7 www.unitwin.net

El curso modelo fue desarrollado por un grupo de expertas y expertos activos en cierto número de instituciones de la Red UNITWIN de diferentes regiones del mundo (ver Anexos), que se han reunido gracias al proyecto “Mapeo de estrategias educativas para la creación de planes de estudio de periodismo, medios y TIC sensibles al género” (Mapping Educational Strategies for Creating Gender-sensitive Journalism, Media and ICT Curriculums), financiado por el Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC) con el apoyo del Reino de los Países Bajos.

Mediante la coordinación del Instituto Real de Tecnología de Melbourne (RMIT por sus siglas en inglés) (Australia, Profesora Lisa French), la Universidad Nacional Autónoma de México (México, Profesora Aimée Vega Montiel) y la Universidad de Padua (Italia, Profesora Claudia Padovani), integrantes de la Red UNITWIN se reunieron en Costa Rica en abril del 2018 para desarrollar un marco de trabajo para el curso modelo, definir sus objetivos y estructura, y compartir sus conocimientos y experiencias para lograr que el curso sea significativo para un público amplio y diverso. La finalización del programa fue posible gracias a intercambios sostenidos durante el 2018, así como varias rondas de revisión.

Las personas integrantes de la Red UNITWIN han operado con la convicción de que los medios de comunicación y las TIC son parte del “problema de desigualdades de género e intersección”, pero ciertamente pueden desempeñar un papel fundamental en el desarrollo de soluciones que contribuyan a lograr los objetivos ambiciosos de la Agenda de Desarrollo Sostenible. Las y los autores de este curso modelo creen que para lograr el aprovechamiento del potencial de los medios y las TIC para generar un cambio en las relaciones de género, transformaciones en culturas organizacionales, tanto de medios tradicionales como en las TIC, al igual que el desarrollo de conciencia personal y capacidades críticas. Una nueva generación de profesionales debe estar preparada adecuadamente para enfrentarse a los retos de igualdad, diversidad e inclusión en las comunicaciones a nivel global, desde la producción de noticias hasta la publicidad, desde el cine hasta las relaciones públicas, desde la comunicación política hasta el desarrollo de algoritmos.

Para este propósito, es crucial que las y los estudiantes de medios, periodismo y TIC reciban capacitación en torno a las desigualdades de género en las industrias de medios de comunicación, en el espacio laboral periodístico y en ambientes digitales: capacitaciones que permitan a los jóvenes profesionales desarrollar una comprensión consciente con respecto al género del contenido producido por los medios, el ambiente laboral en el que operan, las diferentes oportunidades, y los retos para mujeres y hombres en relación con la participación y el acceso, incluyendo los puestos de toma de decisiones.

Con la elaboración del programa propuesto, la Red UNITWIN busca brindar un modelo internacional sensible al género aplicable a instituciones que ofrezcan capacitación relacionada con medios, comunicación, periodismo, y TIC. Un curso modelo informado mediante el mapeo de prácticas de enseñanza y aprendizaje existentes, y de buenas prácticas del mundo; un modelo concebido que contribuya a cerrar las brechas de la oferta educativa de la mayoría de las instituciones de educación superior en las que se enseñan dichos programas. Todo ello con el fin de eliminar las disparidades de género que existen dentro de la educación y, por consiguiente, en el sector de los medios de comunicación, para así apoyar la construcción de sociedades justas y equitativas, y empoderar a las mujeres en las industrias del periodismo, los medios y las TIC. Finalmente, se trata de un curso modelo basado en el compromiso de la UNESCO para con la igualdad de género y consistente con el lenguaje y los enfoques a través de los cuales la UNESCO concibe las estrategias y los programas de igualdad de género a desarrollarse.

1.3 Objetivos y enfoque pedagógico del curso modelo

La red UNITWIN sobre Género, Medios y TIC promueve la igualdad de género en los programas educativos de comunicación y periodismo en todas las regiones del mundo y para crear conocimiento sobre la situación global de desigualdades en torno a los temas de género, medios y TIC en instituciones de educación superior. De esta manera, ciertos criterios y objetivos específicos han guiado los esfuerzos de la Red en la elaboración del curso modelo.

A sabiendas de que, aunque las instituciones y naciones difieren de manera dramática, la igualdad de género en los medios y las TIC, y por conducto de ellos, sigue siendo un tema controversial en las regiones del mundo, el curso modelo proporciona un recurso flexible dirigido a tener un impacto positivo en estudiantes y jóvenes profesionales. Se requiere de un enfoque integral para que se pueda adaptar a un rango de planes de estudio de periodismo y medios de comunicación. Este adopta una amplia comprensión de las comunicaciones globales para permitir su uso transversal en diferentes disciplinas. El enfoque integral se ve reflejado en una serie de temas, subtemas y principios que se traducen en la estructura del curso modelo, atendiendo el objetivo de educar a personas graduadas sensibles al género, con el fin de lograr un impacto en el ambiente futuro de la comunicación haciéndola más diversa y plural. Al momento de desarrollar actividades educativas con base en el modelo propuesto, se deben facilitar y valorar los diálogos entre personal docente de diferentes disciplinas puesto que pueden preparar a futuros profesionales a enfrentar las complejidades relacionadas con las desigualdades de género de los medios y las TIC.

Al mismo tiempo, el curso modelo tiene la intención de lograr un impacto transformador en el personal docente, promoviendo la sensibilidad de género y apoyando sus iniciativas en el seno de sus instituciones aportando desde la Red materiales informados, nuevas ideas y consejos útiles sobre cómo enriquecer sus intervenciones educativas.

Además, la Red UNITWIN recalca la necesidad de que, a nivel institucional de las universidades, escuelas, departamentos y licenciaturas formales, se incorpore la noción de que un curso sobre género, medios y TIC debe formar parte integral de los programas de medios, comunicación y periodismo. De manera más amplia, esta incorporación de la concientización sobre el género en las universidades garantiza que se creen nuevos módulos educativos sobre sensibles al género dentro de un contexto que asegure sostenibilidad y apoyo institucional.

Por lo tanto, el presente recurso propone algunos supuestos de uso del curso modelo para volverlo flexible, adaptable y relevante al contexto específico en el que se impartirá. Para ello, y también haciendo referencia a materiales internacionales de lectura, se han incluido conjuntos de recursos internacionales y regionales recomendados para que se presenten y aborden en clase, y para que a ellos se refieran a lo largo de la ejecución de varias actividades.

Conscientes de que una desconexión entre el mundo educativo y el profesional sigue siendo una característica de los sectores de medios y TIC en varias regiones y contextos, el modelo propuesto invita a conectar elementos teóricos y objetivos educativos con los procesos y estructuras de las industrias de medios y TIC; y de ser posible, involucrarlos en el diseño y la implementación de actividades educativas específicas a través de pláticas, pasantías y actividades de monitoreo.

Además, considerando el contexto multiactor y multinivel que caracteriza las operaciones de medios y TIC, se sugiere que las actividades de enseñanza y aprendizaje sean diseñadas y llevadas a cabo ayudando a las y los estudiantes a reconocer los esfuerzos de los actores/agentes no académicos por promover la igualdad de género en los medios y a través de ellos. Concientizar y evaluar las intervenciones a nivel nacional y transnacional puede contribuir a una apreciación del papel del activismo por la igualdad de género hacia prácticas transformadoras de medios y TIC.

Finalmente, el modelo adopta, como recurso de base, los Indicadores de Género para Medios de Comunicación⁸ de la UNESCO, un marco para medir la sensibilidad de género en las operaciones y el contenido de los medios, (2012).

El **enfoque pedagógico** que resulta es uno **multinivel**: vincula experiencias y conocimientos locales y globales disponibles. Además, se trata de un enfoque que reconoce el potencial **transformador** de las prácticas educativas participativas e innovadoras que consideran que estudiantes, docentes e instituciones son componentes activos de una experiencia educativa transformadora.

El enfoque del curso modelo está anclado en las teorías **constructivistas**: ya que la igualdad de género en los medios y a través de ellos sigue siendo un concepto disputado. La Red UNITWIN invita al personal docente y capacitador a crear oportunidades para que estudiantes y personas interesadas contribuyan críticamente a la definición de las maneras en que la igualdad de género se debe enmarcar en contextos específicos y qué soluciones se deben considerar para vencer estas desigualdades.

Esto es aún más importante considerando la naturaleza interconectada de las múltiples dimensiones de la desigualdad de género que caracteriza al sector de los medios y las TIC, de la representación al acceso a los puestos de toma de decisiones, de condiciones laborales desiguales a la falta de políticas y programas adecuados, pero también de otros ejes de poder y privilegio desiguales que pudiesen entrecruzarse con el género, tales como la edad, etnicidad, orientación sexual y habilidad física. Por lo tanto, se adopta una perspectiva **multidimensional e interseccional**.

Por último, la necesidad de vincular **teoría y práctica** sigue siendo un elemento fundamental de la tradición feminista que ha informado al presente modelo. Siguiendo esta línea, el modelo también valora la posibilidad de crear espacios de encuentro entre el conocimiento teórico y la investigación basada en evidencia y, por otro lado, la experiencia profesional del mundo práctico de medios y TIC, así como del ambiente de muchas ONG, asociaciones profesionales y grupos de base que operan para promover la igualdad de género en el sector.

8 UNESCO GSIMs <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/gender-sensitive-indicators-for-media-framework-of-indicators-to-gauge-gender-sensitivity-in-media-operations-and-content/> (Accessed 14/11/201/)

1.4 Diseño, contenido, enfoque e impartición del curso

Dada la naturaleza multidimensional y compleja del nexo entre género, medios y TIC, y la diversidad de contextos geoculturales, económicos y políticos en los que se puede introducir el curso modelo, las diferentes unidades proponen ideas de diseño e implementación de curso dentro de un enfoque hacia el tema general que se articula en tres componentes; temas principales, subtemas y enfoques teórico-metodológicos.

Las desigualdades de género en los medios y las TIC son complejas y están interrelacionadas: cada unidad temática en este curso modelo aborda un “tema principal” al tanto que sugiere la manera en que cada tema se puede articular en subtemas. Además, las interdependencias entre cuestiones de desigualdad deben ser considerados de manera crítica dentro de su especificidad geocultural.

Se ha identificado un conjunto de **temas principales** que, por un lado, refleja la tradición educativa establecida desde hace tiempo que ha sacado a la luz los problemas de género y medios. Por otro lado, construyen sobre las oportunidades educativas existentes, el conocimiento experto, los debates transdisciplinarios y una perspectiva con visión de futuro sobre cómo evolucionan las profesiones relacionadas con medios y TIC.

Los siete temas principales identificados para el curso modelo y que están ordenados en las unidades son los siguientes:

1. Representación, lenguaje y discurso
2. Acceso a toma de decisiones / poder de toma de decisiones
3. Género en las estructuras mediáticas y de TIC
4. Audiencia, recepción y usos de medios y TIC
5. Violencia en contra de las Mujeres (VcM) en los medios y las TIC, y por conducto de ellos
6. Transversalización de género en las políticas de medios y TIC
7. Defensoría y activismo

Cada uno de estos temas puede abordarse de diferentes formas, en términos generales, o enfocándose en aspectos específicos. Por lo tanto, cada sección temática propone un conjunto de **subtemas** (posibles). Estos se encuentran en el Programa (sección 3).

Finalmente, dependiendo del área de disciplina dentro del curso impartido, de los objetivos educativos de la carrera/programa específico, y de las preferencias o experiencias pasadas de los docentes, los profesores podrán privilegiar **enfoques** específicos a problemas de género, medios y TIC. El curso modelo propuesto indica diferentes enfoques que pueden adoptarse: no deben ser considerados como alternativos o exclusivos, sino que pueden ser integrados y combinados en consideración de la contribución que cada uno puede aportar a una mejor comprensión de los problemas en cuestión.

Los enfoques pertinentes que han sido identificados e incluidos en el modelo, y brevemente desarrollados con relación a cada tema, incluyen:

- ~ Feminista
- ~ Interseccional
- ~ Intercultural
- ~ Histórico
- ~ Poscolonial
- ~ Economía política
- ~ Proceso de políticas
- ~ Derechos humanos
- ~ Diversidad/orientación sexual

En general, cada unidad temática está organizada por secciones:

- a. Las unidades se introducen con una corta declaración que establece el **objetivo principal** en el abordaje del problema específico y los resultados esperados de aprendizaje. Los profesores pueden optar por comenzar, con base en estos párrafos introductorios, a identificar los temas de mayor pertinencia para sus actividades educativas.
- b. Se presenta una **descripción de cada tema**, recalcando los problemas de definición, aclarando la razón de la pertinencia del tema para planes de estudio relacionados con medios y TIC, y proporcionando evidencia básica y referencia a la literatura relevante.
- c. Después, una sección destinada a los **subtemas**: esta brinda sugerencias sobre la manera en que se puede abordar el tema general. Los subtemas se pueden abordar en su totalidad e interacción, o pueden seleccionarse para elaborar diseños educativos más enfocados.
- d. Posteriormente, se hace un listado de los **enfoques teóricos** posibles, así como un corto comentario sobre cómo se relacionan con el tema principal: también, en este caso, la selección debe llevarse a cabo por los profesores con base en los objetivos finales del curso y de la carrera.

- e. Cada unidad incluye una sección en la que se proporciona una lista de los **Indicadores de Género para Medios de Comunicación (GSIM)** de la UNESCO pertinentes al tema principal: se invita a los profesores interesados a hacer uso de los GSIM como un recurso educativo, a posiblemente involucrar a los estudiantes en la exploración de formas de aplicación de uno o más en su contexto local, nacional o regional.
- f. Cada unidad queda completada con una lista de **referencias seleccionadas**, por lo tanto, haciendo del modelo propuesto un recurso con respecto a las lecturas esenciales sobre género, medios y TIC.
- g. Finalmente, se indican en un cuadro otros **recursos** interesantes, tales como plataformas digitales, archivos, materiales multimedia y conjuntos de herramientas, pero también buenas prácticas pertinentes de alrededor del mundo. Todo ello se puede utilizar para involucrar a los estudiantes en diversas actividades, desde la investigación al desarrollo de comentarios críticos, para lograr una mejor percepción de las realidades en cuanto a la (des)igualdad de género en el terreno y las iniciativas relacionadas.

Referencias

- AU 2003, *Protocol to the African Charter on Human and Peoples' Rights on the Rights of Women in Africa*, African Union.
- Byerly, CM (ed.) 2013, *The Palgrave Handbook of Women and Journalism*, Palgrave Macmillan, London.
- Byerly, CM & Valentin, A 2016, 'Legal dimensions of ownership and employment in the United States' in *Race and gender in electronic media: Content, context, culture*, RA Lind, (ed.) Routledge Taylor & Francis, New York.
- Carter, C, Steiner, L & McLaughlin, L (eds.) *The Routledge Companion to Media and Gender*, Taylor & Francis/Routledge, Abingdon.
- Commission on the Status of Women (CSW) 2018, *Agreed Conclusions*, disponible en línea: <http://www.unwomen.org/en/csw/outcomes>
- Council of Europe 1950, *Convention for the Protection of Human Rights and Fundamental Freedoms*, Council of Europe.
- Council of Europe 2017, *Recommendation CM/Rec(2017)9 of the Committee of Ministers to member States on gender equality in the audiovisual sector* (Adopted by the Committee of Ministers on 27 September 2017 at the 1295th meeting of the Ministers' Deputies), Strasbourg, disponible en línea: https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016807509e6
- Edstrom, M & Facht, U 2018, *Men and (a few) women in the top 100 international media corporations*, University of Gothenburg, Nordicom, disponible en línea: www.nordicom.gu.se
- EIGE 2013, *Advancing gender equality in decision-making in media organizations*, European Institute for Gender Equality.
- EU 1999, *Treaty of the European Union*, European Union.
- Gallagher, M 1981, *Unequal opportunities: The case of women and the media*, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- Gallagher, M 1985, 'Women and NWICO', in *Communication for All: New World Information and Communication Order* (ed.) Lee, Orbis Books, Maryknoll.
- Global Alliance on Media and Gender 2018, *Written Statement to the Commission on the Status of Women 62*, disponible en línea: <http://undocs.org/E/CN.6/2018/NGO/155>
- Global Alliance on Media and Gender 2018, Shadow Report on 'Violence against women and gender inequality in and through the Media and ICT in Mexico', disponible en línea: https://tbinternet.ohchr.org/Treaties/CEDAW/Shared%20Documents/MEX/INT_CEDAW_GO_MEX_31410_E.pdf

- Goffman, E 1979, *Gender advertisements*. Palgrave.
- Kilbourne, J. Fallon P., Katzman M. and Wooley S.C. (eds) 1996. *Still Killing Us Softly: Advertising and the Obsession with Thinness*. Guilford Press.
- IWMF 2012, *Global Report on the Status of Women in the News Media*, International Women's Media Foundation.
- Malamuth, MN & Briere, J 1986, 'Sexual violence in the media: Indirect effects on aggression against women', *Journal of Social Issues*, vol. 42, no. 3, pp. 75–92.
- OAS 1995, *Inter-American Convention on the Prevention, Punishment and Eradication of Violence against Women*, Organization of the American States.
- OCSE 2016, *New challenges to freedom of expression: Countering online abuse of female journalists*, OCSE Office of the Representative of Freedom of the Media.
- Padovani, C 2018, 'Gendering media policy research and communication governance', Javnost – The Public, *Journal of the European Institute for Communication and Culture*, vol. 25:1-2, pp. 256–64.
- Padovani, C & Pavan, E 2017, 'The politics of media gender equality. Lessons learned and struggles for change twenty years after the Beijing Fourth World Conference on Women', *Comunicazione politica, Quadrimestrale dell'Associazione Italiana di Comunicazione Politica*, vol. 2.
- Pollay, R. 1986. 'The Distorted Mirror: Reflections on the Unintended Consequences of Advertising'. *Journal of Marketing* vol. 50: 18_36.
- Ross, K 2012, *The handbook of gender, sex, and media*, Blackwell Publishing: Oxford.
- Ross, K 2013, 'Gender and media: a very short herstory', in *Handbook of Communication History*, Simonson, Peck, Craig & Jackson (eds.) Routledge Taylor & Francis, New York.
- SADC 2008, *Protocol on gender and development*, Southern African Development Community.
- Tuchman, G 1978, *Making news: A study in the construction of reality*, The Free Press, New York.
- UNI1995, *Declaration and Platform for Action of the Fourth World Conference on Women*, United Nations.
- UNDP 2016, *UNDP support to the integration of gender equality across the SDGs including Goal 5*, United Nations Development Programme.
- UNESCO 2012, *Gender Sensitive Indicators for the Media*, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

- UNESCO 2014, *Medium-term strategy 2014–2021*, 37/C4, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- UNESCO 2014, *UNESCO Priority Gender Equality Action Plan 2014–2021*. Complementary strategic documents to 37 C/4 and 37 C/5, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- UNESCO 2016, *Cracking the code: girls' and women's education in science, technology, engineering and mathematics (STEM)*, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- United Nations 1979, *Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women*, United Nations.
- Van Zoonen, L 1994, *Feminist Media Studies*, Sage Publications, London.
- Vega Montiel, A 2014 (ed.) *Gender and Media: A Scholarly Agenda for the Global Alliance on Media and Gender*, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization/International Association for Media and Communication Research.
- Vega Montiel, A 2014, 'Violence against women and media: advancements and challenges of a research and political agenda', in *Gender and Media: A Scholarly Agenda for the Global Alliance on Media and Gender* (ed.), Vega Montiel, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization/International Association for Media and Communication Research.

Sección 2

Manual del usuario



2.1 Escenarios de uso

¿Cómo se puede utilizar el curso modelo? De múltiples formas.

Las y los profesores traen a clase su experiencia y conocimiento. El presente curso modelo está diseñado para responder a las metas educativas específicas de la certificación de la cual forma parte. Las situaciones a nivel local y nacional pueden requerir de adaptación y mayor elaboración hacia el diseño de modelos educativos significativos, atractivos y con miras hacia el futuro.

Por lo tanto, el modelo propuesto no trata de recetar temas materiales y actividades, sino que la propuesta actual representa un intento por brindar sugerencias para el diseño de módulos y cursos actualizados e innovadores, así como subrayar recursos útiles que se pudieran incluir en el diseño de cursos que ciertamente necesitan reflejar y abordar situaciones específicas.

Inevitablemente, lo propuesto en las unidades tiene sus limitantes. Es posible que no refleje la riqueza global de reflexiones intelectuales y enfoques educativos que promueven la igualdad de género a través de la educación superior. Es posible que no aborde adecuadamente los retos contemporáneos que derivan de los ambientes de medios y comunicaciones rápidamente cambiantes. Efectivamente, el contenido y las sugerencias del curso modelo propuesto pueden sin duda enriquecerse con los conocimientos y la comprensión propia de las y los profesores, así como con las contribuciones de estudiantes y de las prácticas educativas y de comunicación relacionadas con el contexto.

En términos generales, el curso modelo propuesto se puede utilizar como un recurso para el enriquecimiento de las actividades educativas existentes o para desarrollar actividades nuevas:

1. **El curso modelo como un recurso adicional:** el modelo se puede adoptar para complementar los cursos existentes sobre género, medios y TIC, proporcionando referencias internacionales y sugerencias sobre la manera de integrar diferentes enfoques en las actividades educativas.
2. **El curso modelo como un recurso innovador:** el modelo puede tomarse como punto de partida para la creación de nuevos cursos independientes para su inclusión en programas o carreras existentes, mientras que cada tema, subtema o enfoque teórico-metodológico puede contar con su nivel de prioridad, o desarrollarse adicionalmente, dependiendo de las características específicas del contexto.
3. **El recurso del modelo con enfoque:** el modelo también puede tomarse como un recurso del cual se pueden seleccionar temas, referencias y materiales para la creación temática de módulos sobre aspectos específicos de la (des)igualdad de género en los medios: sobre representación, imágenes y

lenguaje, sobre aspectos de violencia de género relacionados con los medios, o sobre la exploración de pasos a seguir para el desarrollo de códigos de conducta y políticas adecuadas.

4. **El recurso como manual de capacitación y lectura:** el programa propuesto también puede utilizarse como un recurso adicional para capacitadores, profesionales, defensores y hacedores de políticas, interesados que pudieran considerar esta colección como un marco articulado para abordar problemas relacionados con el género en el contexto de su trabajo con respecto a medios y TIC, así como unas sugerencias relevantes de lectura.

De esta manera, el curso modelo tiene una naturaleza flexible. Se trata de una propuesta de tipo “menú a la carta” con base en la cual las y los profesores, de manera individual y con base en el respeto de su libertad y experiencia académicas, pueden configurar de manera ad hoc diseños educativos originales e innovadores en respuesta a las exigencias del contexto y de la disciplina.

2.2 Niveles de intervención: propuesta global, adopción local

Conscientes de las situaciones diversas en las que se pudiera impartir el curso modelo, la Red UNITWIN sugiere trabajar hacia la adopción o adaptación del curso modelo con un enfoque en los siguientes aspectos:

1. **Marco institucional:** el curso modelo proporciona a expertas y expertos interesados un recurso que no solo trata de “contenido” y de “cómo” establecer un nuevo curso, sino que busca promover la concientización y decisiones con miras hacia el futuro a nivel de las instituciones de educación superior. El concepto clave en este caso es: transversalización de género en estudios de medios, comunicación y TIC.
2. **Título del curso:** pueden existir varios aspectos que influyen en la adopción de un título de curso dependiendo del contexto cultural y político, de los programas en los que se incluye el curso y de la experiencia de la y del profesor. Por ello, se sugiere que el título del curso debe determinarse mediante una decisión a nivel local para lograr el mejor equilibrio entre los objetivos compartidos de expansión de conocimiento con respecto al género en los medios y las TIC y las características específicas locales.
3. **Contenido:** El curso modelo propuesto está configurado con base en los temas principales, los subtemas y los enfoques: estos pueden (y deben) combinarse de diferentes formas y “traducirse” o adaptarse para desarrollar una oferta educativa que sea pertinente a nivel local mediante la conjunción y organización de componentes para reflejar las necesidades locales.

4. **Nivel de educación universitaria:** en lugar de optar por una licenciatura o un posgrado exclusivamente, el curso modelo propuesto brinda una estructura general, varios temas y enfoques que pueden adaptarse de manera flexible a programas de licenciatura o posgrado, o potencialmente a otros tipos de actividades educativas o de capacitación.

2.3 Actividades de aprendizaje

El curso modelo propuesto subraya la pluralidad de las **actividades de aprendizaje** que se pueden adoptar para enseñar temas relacionados con el género dentro de planes de estudio de medios y TIC: actividades que están arraigadas en enfoques y metodologías que son productivas en términos cognitivos con miras a un desarrollo de habilidades transversales para futuros profesionales.

Estos incluyen:

1. Enfocarse en **conceptos fundamentales**, tales como igualdad de género, incorporación de la perspectiva de género, sensibilidad y responsividad de género. Para ello, el presente programa proporciona un glosario como punto de partida.
2. Adoptar **marcos críticos** relacionados con la construcción social de conocimiento y género en los medios y las TIC. Por ejemplo, las actividades basadas en análisis marco de documentos de políticas públicas o de iniciativas existentes pueden ayudar a los estudiantes a profundizar en los múltiples significados de la igualdad de género en los medios y las TIC.
3. Aprovechar el marco elaborado en el contexto de una red internacional de colaboración para proponer actividades de aprendizaje para adoptar enfoques comparativos con miras al desarrollo de **competencia cultural** en la comunicación intercultural.
4. Incorporar **estudios contextuales** de igualdad de género en espacios de trabajo, representaciones de medios de comunicación y con relación a varios factores culturales, políticos o económicos que puedan también ser de interés para los estudiantes. Esto puede incluir salidas pedagógicas, investigación de campo, entrevistas con profesionales.
5. Hacer uso de datos presentados en estudios internacionales, tales como el Proyecto de Monitoreo Global de Medios, o el Informe Global sobre la Situación de las Mujeres en los Medios u otros recursos disponibles. Se puede invitar a las y los estudiantes a desarrollar una lectura crítica de las desigualdades de género con una **perspectiva comparativa** global.
6. Otra manera productiva de involucrar a jóvenes aprendices en temas de (des)igualdad y promover la sensibilidad, puede ser la de incorporar la

lectura crítica de textos mediáticos, incluyendo diferentes géneros, tales como noticias, ficción, publicidad, así como textos literarios, informes oficiales o documentos de políticas.

7. Introducir una evaluación **sensible al género** de los materiales educativos existentes para medios y TIC también puede representar un ejercicio interesante para subrayar las brechas y los defectos en la literatura, la intervención de política y las oportunidades educativas.
8. Promover actividades de aprendizaje que también puedan invitar a estudiantes a vincular, **comparar y evaluar las situaciones con respecto al género** en los medios y las TIC con desigualdades de género en la academia, incluyendo un enfoque en los problemas estructurales, la producción y la reproducción de desigualdades, y mujeres y transferencia de conocimientos.
9. Promover **actividades prácticas** tales como producción de audio o video, conducción de entrevistas, creación de infografías (a llevarse a cabo en grupos con un componente de investigación que tenga alcance fuera de la universidad) para desarrollar habilidades prácticas con consciencia de género.
10. Fomentar el **diálogo entre contextos académicos y profesionales** con laboratorios y talleres organizados de manera colaborativa con actores no académicos, tales como empresas de medios, sindicatos de periodistas, asociaciones profesionales de mujeres, ONG feministas.

2.4 Retos y oportunidades de trabajar con el curso modelo propuesto por la red UNITWIN sobre Género, Medios y TIC

Se han identificado y abordado algunos retos y oportunidades entre los miembros de UNITWIN, y estos han quedado subrayados en este documento como elementos a considerar en el diseño, la organización y la implementación de actividades educativas basadas en el curso modelo.

Retos:

1. **Lenguajes y elementos culturales:** es necesario prestar atención adecuada al uso de lenguaje justo e incluyente con respecto al género al momento de abordar temas de igualdad de género en los medios y las TIC. Asimismo, el desarrollo de actividades educativas basadas en un curso modelo internacional implica consciencia de la traducción necesaria de términos fundamentales al lenguaje de impartición, pero también la posibilidad de crear espacios multilingües para la colaboración transnacional entre regiones. Es necesario prestar atención a los diferentes lenguajes: el oral,

el escrito y el visual, que contribuyen a la construcción del género en los medios y las TIC, y por su conducto.

2. **Problemas/prioridades contextuales:** las prioridades y preocupaciones en relación con el género, los medios y las TIC, y en relación con la educación, varían ampliamente a través de los contextos geoculturales y lingüísticos. Esto invita a la elaboración de actividades y módulos educativos que, aunque basados en elementos compartidos, hacen uso flexible de los materiales propuestos para crear temas, ejemplos, recursos y referencias pertinentes al contexto geocultural específico. Particularmente, el curso modelo propuesto invita a considerar recursos y experiencias verdaderamente internacionales.
3. **Discurso público:** abordar problemas de género en los medios y las TIC puede generar debates controvertidos y oposición manifiesta, incluso dentro del marco universitario. Sin embargo, con respecto al diseño de modelos y cursos, es necesario adoptar y promover un enfoque crítico de conceptos fundamentales, como igualdad y transversalización de género para mantener el potencial transformador que está arraigado en tales conceptos, y evitar así que se diluyan.
4. **Resistencia al pensamiento “feminista” de referencia:** en algunos contextos, la mención específica de un “enfoque feminista” o una “teoría feminista” puede provocar resistencia por parte de diferentes actores. Se debe adoptar un enfoque estratégico sobre el uso de vocabulario a nivel local, mientras se mantiene la referencia al potencial transformador de la educación de género, medios y TIC. Esto se puede lograr renunciando a las ganancias sociales positivas a través de progreso en cuanto a la igualdad de género.
5. **Vincular estudios de género con el diseño de políticas:** la dimensión de políticas con respecto al género, los medios y las TIC ha sido ampliamente ignorado por diferentes actores a pesar de las múltiples recomendaciones que se han emitido a nivel internacional y regional. Se sugiere que este sea un componente fundamental de las actividades educativas y de capacitación con el fin de garantizar la mención explícita de los principios y los objetivos internacionalmente acordados, así como de la sostenibilidad de las actividades de transversalización de género a nivel individual de las empresas de medios y TIC.
6. **Conocimientos/enfoques transdisciplinarios:** dadas las complejidades de las desigualdades de género en los medios y en las TIC, la configuración de los siete “temas principales” propuestos, de la representación a las condiciones laborales, la violencia y la defensoría, invita a sostener esfuerzos con respecto al desarrollo de intercambios transdisciplinarios, no solo en investigación, sino también en educación.
7. **Amenazas a mujeres que imparten cursos relacionados con género:** los problemas de apoyo, e incluso protección, a expertas y expertos activos

en el ámbito de género, medios y TIC es un problema abierto en varios contextos. Este tema es uno que deben considerar las instituciones de educación superior para asegurarse de que haya apoyo institucional adecuado y sustancial a cualquier actividad o programa educativo.

8. **Sostenibilidad:** una preocupación con respecto a la sostenibilidad de todas las actividades educativas sensibles al género debe quedar arraigada en el diseño y la adopción de todo nuevo curso o modelo. Esta atención a los detalles corresponde a diseñar, planificar e implementar nuevas actividades educativas en consideración de los recursos humanos, financieros y de conocimientos necesarios, así como de la creación de “ambientes favorables” dentro de los marcos institucionales.

Oportunidades:

1. **Género, medios y TIC para el Siglo 21:** construyendo sobre la diversidad de conocimiento y experiencias de los miembros de la Red UNITWIN, el curso modelo adopta un enfoque incluyente, integral y con miras al futuro, un enfoque que busca superar una interpretación “binaria” aún prevaleciente con respecto a temas de género y medios, abriendo así un espacio a una comprensión más articulada de género en el ámbito de su intersección con ejes de desigualdad y poder, mientras intenta integrar al mismo tiempo las preocupaciones relacionadas con medios tradicionales y digitales.
2. **Teorías de género en movimiento:** no solo las diversidades lingüísticas y geoculturales deben considerarse, sino también la riqueza de conocimiento, los enfoques pedagógicos y los marcos teóricos relacionados con el análisis y la investigación de (des)igualdades de género. En este sentido, toda nueva actividad educativa debe considerar reunir y fomentar una visión crítica de teorías de género para apoyar la comprensión de jóvenes profesionales de teorías de género y prácticas como una realidad en evolución.
3. **Compartir conocimiento:** la posibilidad de compartir conocimiento y entendimientos de temas relacionados con género y medios provenientes de diversos contextos y situaciones culturales debe valorarse. La Red UNITWIN proporciona una plataforma global para compartir conocimiento de manera sostenida y que está abierta a toda institución universitaria interesada. La adopción de un principio de intercambio de conocimiento en el diseño y la implementación de cursos también se refiere a la posibilidad de crear diálogos y colaboración entre entidades académicas y no académicas.
4. **Crear planes de estudio que respondan a contextos específicos:** al mismo tiempo, la diversidad que caracteriza los diferentes contextos en los que se pueden desarrollar nuevos cursos y modelos sobre género, medios y TIC nos permite pensar, diseñar y fomentar ofertas educativas que responden a los retos de diversidad dentro de un plan global compartido de igualdad de género.

5. **Marcos institucionales en universidades:** es posible hacer un llamado a las instituciones universitarias a que fortalezcan su oferta educativa con un enfoque explícito en los procesos de género que caracterizan a los medios y las comunicaciones implique la elaboración de marcos institucionales adecuados a nivel universitario, departamental y de programas para también promover regímenes de igualdad de género dentro de la institución.
6. **Desarrollo transnacional:** considerando que los problemas apremiantes relacionados con las desigualdades de género en los medios y las TIC representan un reto global, el curso modelo propuesto ofrece la oportunidad de pensar globalmente e implementar enfoques educativos y formatos transnacionales de impartición al momento de diseñar e implementar actividades locales. Esto incluye la posibilidad de integrar formatos de impartición innovadores de intercambio virtual, haciendo uso de plataformas digitales e implementando proyectos colaborativos transnacionales que involucren a universidades, departamentos y clases de diferentes países y regiones.
7. **Conectándose globalmente:** involucrarse en el diseño y la implementación de nuevos cursos o modelos sobre género, medios y TIC también presenta una oportunidad para vincularse con redes internacionales existentes como la Red UNITWIN sobre Género, Medios y TIC o las secciones de Género y Comunicaciones de asociaciones profesionales internacionales (como AIECS o ECREA), pero también, ofrece la posibilidad de crear nuevas redes.

Sección 3

Unidades



Dada la naturaleza articulada y compleja del nexo entre género, medios y TIC, y la diversidad de contextos geoculturales, económicos y políticos en los que el curso modelo se puede introducir, la Red promueve un enfoque integral al tema y desarrolla una propuesta de diseño e implementación de cursos fundada sobre tres componentes: temas principales, subtemas y enfoques.

Se ha identificado un conjunto de temas principales con base en el mapeo de cursos existentes, conocimiento experto y discusiones transdisciplinarias. Además, se subraya que cada uno de estos temas puede abordarse de diferentes formas, ya sea de manera general o con un enfoque específico. Por ello, la siguiente descripción del curso está organizada en unidades, de las cuales cada una incluye un conjunto de subtemas. Estas son para consideración de profesores interesados.

Dependiendo del interés de la y del profesor y de las exigencias contextuales, todo curso diseñado e implementado puede impartirse mediante:

1. **la adopción de una perspectiva general** e incluir todos los temas principales, así como las unidades relacionadas, y, para cada tema, el abordaje de algunos o todos los subtemas (esto es más efectivo en lugares donde se diseñan y ofrecen cursos completos sobre género, medios y TIC).
2. **la selección de uno o más temas** y el abordaje de algunos o todos los subtemas relacionados (esto podría originar un curso con enfoque específico o ser una manera sólida de organizar módulos temáticos dentro de los cursos ofrecidos sobre diferentes temas).
3. **la adopción explícita de uno o más de los enfoques sugeridos** para enriquecer a las y los estudiantes en términos de su experiencia de aprendizaje

De esta manera, el curso modelo representa un recurso muy flexible: una propuesta de tipo “menú a la carta” con la cual las y los profesores, con el debido respeto a su libertad académica, pueden configurar de manera ad hoc planes educativos en respuesta a las exigencias contextuales y disciplinarias. Se proporcionan ideas y ejemplos sobre la manera en que los temas, métodos y recursos se pueden combinar.

TEMA PRINCIPAL UNO

Representación, lenguaje y discurso

Objetivo

Analizar las representaciones de género que circulan en los medios y las TIC con el propósito de desnaturalizar los estereotipos y las formas discriminatorias en contra de las mujeres, de las diversidades de género y genéricas, y en contra de las formas no hegemónicas de masculinidad.

Introducción al tema

La representación, el lenguaje y el discurso son sistemas de significado. Los medios y las TIC utilizan lenguaje, imágenes e historias para crear y transmitir un discurso que forma ese significado. Esta práctica de representación implica una producción y un intercambio de señales escritas, orales, sonoras y visuales cuyo significado toma lugar en, y responde a, contextos sociales, políticos, culturales, históricos, económicos e ideológicos.

Todas las sociedades producen sistemas de señales, códigos compartidos de interpretación y convenciones sociales que relacionan a individuos y conectividades entre ellos. Por lo tanto, un estudio de representaciones forzosamente involucra el estudio de señales e intenciones, puesto que todo potencialmente representa una señal y conlleva un significado, y la semiótica se refiere a descifrar ese significado en un texto multimedia.

Las representaciones en los medios y las TIC no solo responden al contexto cultural individual en el que fueron producidas, sino que también crean o refuerzan significados. En este sentido, varios teóricos feministas (Tuchman 1978; Moreno Sardà 1988, 1991; Richard 1996; Gledhill 1999; Sakr 2004; Castellanos 2010; Natansohn 2013) han coincidido en señalar que las representaciones de las mujeres en los medios y las TIC asignan, tanto a lo masculino como a los hombres, una posición de superioridad, y tanto a las mujeres como a lo femenino, una posición de subordinación. Además, han analizado como el androcentrismo, el patriarcado y el machismo son representaciones de poder expresadas en lenguajes y discursos de diferentes maneras y sistemas políticos y económicos a lo largo de la historia. Por lo tanto, se han configurado realidades y lugares sociales entre hombres y mujeres, entre lo femenino y lo masculino.

Los estereotipos, el sexismo, la cosificación, la discriminación y la violencia son representaciones comunes de las mujeres y lo femenino en los medios y las TIC. Estas representaciones no solo son consustanciales al patriarcado como ideología, sino que se han integrado en el sistema económico sobre el que se basa la rentabilidad de las industrias mediáticas, y cuando se representa a las mujeres de esta manera, su capacidad de liderazgo y protagonismo en la transformación social se ve reducida.

Es por ello que esta propuesta curricular comienza desde el carácter histórico de las representaciones de género en los medios y las TIC, y también de la disputa por su intención.

Subtemas

» Construcciones de género en los medios

- › Estereotipos, roles de género, patrones culturales, arquetipos.
- › Relaciones de poder (por ejemplo que favorecen y naturalizan el patriarcado).
- › Vínculos entre estereotipos y las culturas específicas en las que se producen, como práctica que refuerza las normas⁹
- › Evidencia de sesgo basado en el género dentro de la representación.

» Identidades y subjetividades

- › Las maneras en que los sistemas de representación representan las identidades de género, por ejemplo, en redes sociales y otras TIC.
- › Identidad como resultado de la intersección de género, sexualidad, clase, etnicidad, edad.
- › La manera en que sexo y género están representados en medios y TIC.
- › Análisis de los patrones culturales que sostienen los estereotipos sexistas y las relaciones patriarcales de poder

» Espectáculo del “otro”

- › La idea de Stuart Hall (1999) de que los medios están fascinados con representar “otredad” permite un cuestionamiento sobre las formas en que las prácticas de representación retratan la “diferencia”, de donde vienen los estereotipos populares, y como el significado se construye mediante discursos y prácticas que perpetúan la desigualdad (incluso en relación con el género).

9 Por ejemplo, todas las sociedades cuentan con una representación de la “esposa”, particularmente la “buena esposa”. En algunos países, los hombres pueden tener varias esposas y los estereotipos varían (por ejemplo, la primera esposa es la matriarca y confidente sufrida de mucho tiempo; la segunda esposa es una mujer menospreciada, y la tercera es la más joven y favorecida).

- › Evaluación de la figura de la mujer como “espectáculo”, es decir, ser observada o vista como “objeto de deseo” y a) la forma en que esto establece el constructo de la mujer como menos poderosa o pasiva; b) cómo los personajes femeninos como “espectáculos” mantienen la ideología patriarcal; y c) cómo este espectáculo está intrínsecamente ligado a la rentabilidad económica de los medios.
- » **Usos de lenguaje (oral, escrito, visual, sonoro)**
- › Uso sexista del lenguaje. Tipos de mujeres y feminidades que construyen lenguaje.
 - › Estrategias discursivas, visuales y sonoras con base en las que se construyen las representaciones de género.
- » **Representaciones de mujeres en la política**
- › Representación del liderazgo de las mujeres.
 - › Representación de la participación política de las mujeres.
- » **Relaciones de poder entre géneros**
- › Relaciones de poder entre géneros.
 - › Discriminación, exclusión y sexismo en contra de las mujeres en los medios.
 - › Análisis de si las representaciones promueven igualdad (igualdad de condiciones) y equidad (justicia), o funcionan en contra de estos derechos humanos.
- » **Rol de los medios en la reproducción de la violencia de género simbólica**
- › Naturalización de violencia de género.
 - › Impunidad masculina ante la violencia de género.
 - › Violencia de género como fatalidad y destino.
 - › Masculinidad tóxica y masculinidad hegemónica.
- » **Masculinidad y feminidad (incluyendo la masculinidad tóxica)**
- › Cómo operan los textos para producir significados que reproducen ideologías de género dominantes, por ejemplo, qué es masculino y qué es femenino dentro de una cultura específica, y cómo estos binarios excluyen otras formas de ser y, a menudo, crean imágenes negativas y limitadas de la mujer.
 - › Los hombres y la pluralidad de temas masculinos.
 - › Representación de la virilidad, los privilegios y la autoridad masculina.
 - › El impacto de la representación de roles de género tradicionales sobre las formaciones de identidad (por ejemplo, la masculinidad tóxica oprime a los hombres, los representa como violentos idealmente, e impone formas prescriptivas a los hombres sobre ser “masculinos”).
 - › Las representaciones de feminidad difieren dependiendo de la cultura y de los periodos históricos. Un estudio sobre la forma en que la feminidad se construye cultural y socialmente con el tiempo puede ilustrar, y

potencialmente cambiar, los estereotipos a los que están expuestas las mujeres, al mismo tiempo que revela la manera en que los medios y las TIC producen el género activamente.

» La participación de las mujeres en la producción de medios y TIC

- › Un elemento significativo de la representación es quien produce imágenes y si las mujeres tienen acceso a la auto-representación y a la expresión creativa. Una evaluación de los créditos de la industria (por ejemplo, con respecto a un rol con crédito en una película o en la televisión) podría revelar una segregación basada en el género en algunos ámbitos (por ejemplo, es más probable encontrar a mujeres trabajando en el área de maquillaje y peinados que en puestos de dirección).
- › La diversidad de género es un problema en las industrias de TIC, tecnología y STEM. Las representaciones en medios tienden a reforzar las normas de género y esto puede repercutir sobre el atraer a mujeres a esas industrias, tal y como se puede observar mediante un análisis de las normas de género representadas. Un ejemplo puede ser la subrepresentación de las mujeres en la ciencia y la tecnología que potencialmente amplía las diferencias de género y las desigualdades en ese campo.

Enfoques posibles

Existen varios enfoques con base en los cuales se puede desarrollar cada uno de los subtemas. Dichos enfoques se pueden utilizar de manera individual o al mismo tiempo, y varios de ellos se pueden utilizar para trabajar sobre un mismo tema.

A continuación, algunos enfoques sugeridos:

Semiótica: Este enfoque nos permite entender cómo funciona la construcción y el significado de las señales utilizadas en una representación específica. El género se construye a través de la representación, es decir que las identidades de género binarias construyen conceptos de masculinidad y feminidad. El comportamiento, el poder y los roles en la sociedad toman forma con base en supuestos y valores profundamente arraigados culturalmente que prescriben lo que una persona de un sexo específico puede y no puede hacer. Esto queda reforzado por las representaciones en los medios que crean normas y estereotipos culturales que pueden ser deconstruidos mediante un análisis semiótico.

Ideología: Este enfoque es necesario porque nos permite ubicar representaciones dentro de sistemas de mayor significado que, a su vez, corresponden a regímenes

específicos de poder, tales como el patriarcado. La ideología se promueve a través de la representación mediante la cual la ideología prevaleciente de una cultura domina. Los medios y las TIC no son neutrales, pero pueden ser grandes instrumentos de dominación ideológica.

Interseccionalidad: En la representación de género, tanto la identidad como la subjetividad ocurren en la articulación de diferentes variables de opresión, tales como la sexualidad, clase, etnicidad o edad. Un análisis de representación interseccional puede mejorar una comprensión del hecho de que el género es tan solo un aspecto de la identidad y la influencia en la opresión social (es decir, existe un vínculo complejo en la manera en que diferentes formas de subordinación se relacionan entre ellas).

Intercultural: El lenguaje y el discurso son desarrollados dentro de las representaciones culturales que se encuentran en interacción constante. La interculturalidad en el género nos permite ubicar el papel que desempeña la relación entre culturas como un elemento significativo de poder entre géneros.

Derechos humanos de la mujer: Este enfoque nos ayuda a reconocer, en los medios, la violación del derecho humano de comunicar con estándares de equidad, no discriminación y no violencia. Asimismo, este enfoque apoya la aplicabilidad de iniciativas de derechos humanos de la mujer.

Poscolonial: Este enfoque favorece el reconocimiento de la geopolítica y el colonialismo en los que está inscrita la representación de las mujeres en los medios. También incrementa la necesidad de localizar la voz específica de mujeres en sus ambientes históricos específicos.

Economía política de los medios: Este enfoque nos ayuda a investigar la relación entre el sexismo y la publicidad, por ejemplo, y a analizar la relación directa entre la cosificación de las mujeres y la economía de bienes simbólicos.

Proceso de políticas: La superación de la cosificación de las mujeres en los medios nos permite pasar de la pasividad a la participación política. Este enfoque también nos ayuda a analizar el lugar político de las mujeres en los medios.

Feminismo: Con base en valores de igualdad y emancipación, el feminismo es un enfoque esencial para el análisis de las representaciones de desigualdad de género, y para el desarrollo de iniciativas que promuevan el desmantelamiento del machismo, la violencia de género y el patriarcado.

Diversidad sexual LGBTI: El enfoque de diversidad de género/genérica nos permite colocar a lo femenino al centro de lo LGBTI y, por lo tanto, cuestionar las diferentes variables de la lesbofobia, la homofobia y la transfobia.

Histórico: El enfoque histórico nos permite ubicar los contextos específicos en los que se construyen las representaciones de género en los medios. Además, nos permite poner diferentes perspectivas de ese tipo en diálogo que han sido construidas a lo largo de la historia.

Masculinidades: Este enfoque permite analizar la pluralidad de las masculinidades como efecto y reacción de la masculinidad hegemónica. Además, nos permite evaluar los patrones culturales en los que se basan el machismo y la violencia de género, y favorece el entendimiento de que únicamente un compromiso de eliminar la violencia de género posiciona otras formas de masculinidad y de los hombres.

Referencia a los Indicadores de Género para medios de Comunicación de la UNESCO¹⁰

Los Indicadores de Género para Medios de Comunicación de la UNESCO (GSIM, por sus siglas en inglés) se dividen en dos secciones:

A: Acciones que fomentan la igualdad de género

B: Representación del género en el contenido mediático

Esta unidad se enfoca principalmente en la segunda sección: la representación del género en el contenido mediático.

B1.1-Objetivo estratégico 1: Presencia equilibrada de mujeres y hombres, que reflejen la composición de la sociedad, y las experiencias humanas, acciones, puntos de vista y preocupaciones en la cobertura de noticias y actualidades (UNESCO 2012, p. 41).

Esta unidad promueve el análisis de representaciones de género en el contenido mediático, así como las condiciones estructurales que determinan dichas representaciones.

En este sentido, sugerimos evaluar la manera en que mujeres, hombres y personas de diversidad de género/genérica aparecen en los medios, la manera en que se les cita como fuentes de información, la manera en que se les valora con respecto a los patrones culturales. El objetivo de este análisis es el de revisar la manera en que las jerarquías sociales, ideológicas, políticas, raciales y culturales son expresadas en asimetría de género.

¹⁰ A partir de este momento, toda referencia a los indicadores de género para medios de comunicación (GSIM) de la UNESCO se hará con base en el documento original en idioma inglés.

B1.2-Objetivo estratégico 2: Representación justa de mujeres y hombres a través de la eliminación de los estereotipos y promoción de una representación multidimensional (UNESCO 2012, p. 42-43).

Con base en el análisis de cómo se representan hombres, mujeres y personas de diversidad de género/genérica, esta propuesta curricular promueve la concepción, el desarrollo y la divulgación de representaciones de género no sexistas, que no discriminan con base en la identidad de género o la opción sexual, y que expresan los beneficios sociales de una sociedad gobernada por la equidad de género.

B1.4-Objetivo estratégico 4: Indicio de concientización de género en diferentes tipos de contenido editorial (por ejemplo, reportaje, edición, comentario, documentales, talk-shows, entre otros) a través de un espectro de subáreas (política y gobierno, economía y negocios, ciencia y tecnología, etcétera) y categorías de contenido (por ejemplo, páginas de noticias, editoriales, sección de deportes, sección de negocios, entre otras) (UNESCO 2012, p. 44-45).

Esta propuesta de unidad también evalúa la representación de género en la información periodística. En este sentido, se propone analizar la manera en que el lenguaje utilizado a diario en las noticias, crónicas, editoriales, informes, etc., ofrece un sentido de realidad que naturaliza la desigualdad de género, pero también tiene el potencial de fomentar la igualdad de género en su forma de referirse a hombres, mujeres y personas de diferentes estatus sexuales/genéricos.

B1.5-Objetivo estratégico 5: Información relativa a la comprensión precisa y holística de violencia de género en todas sus formas, como violación de derechos humanos internacionalmente reconocida (UNESCO 2012, p. 45-46)

Esta unidad promueve el reconocimiento de cómo la desigualdad de género estructural está representada en las sociedades patriarcales. El machismo, el acoso y la violencia de género están ligados a esta estructura, así como la falta de paridad de género en lo salarial, en la participación política o entre los puestos gerenciales de empresas públicas y privadas. Las representaciones mediáticas y de comunicación expresan esa característica estructural y constitutiva de las sociedades patriarcales. En este sentido, este tema se basa en las reglamentaciones nacionales e internacionales que promueven la equidad y la dignidad de género en los pueblos y las naciones, tales como la Declaración sobre la Eliminación de la Violencia Contra la Mujer (Asamblea General de la ONU, 1993a).

B2.1-Objetivo estratégico 1: Representación justa de mujeres y hombres en mensajes comerciales de los medios de comunicación (UNESCO 2012, p. 47–48).

Después de revisar la manera en que, históricamente, las representaciones de género han colocado a las mujeres en una posición de subordinación (es decir, no como expertas, no como inteligentes, sino en roles en calidad de utilería decorativa), y con base en una consciencia de los derechos de la mujer y de diversidad de género/genérica que deben tratarse en términos de justicia, este tema promueve que las y los estudiantes desarrollen representaciones equitativas entre hombres, mujeres y personas de diferente sexo/diversidad de género.

B2.2-Objetivo estratégico 2: Identificación de estereotipos de género en los mensajes comerciales de los medios de comunicación (UNESCO 2012, p. 48).

Esta unidad enfatiza particularmente la publicidad y el discurso publicitario. Históricamente hablando, la publicidad ha cosificado los cuerpos de las mujeres asociándolos con deseos de posesión, control, dominación y éxito. Numerosos productos han sido promovidos utilizando cuerpos de mujeres para cautivar al público e incrementar ganancias (Siebel 2011). Sin embargo, adicionalmente, el discurso publicitario (González Requema & Ortiz de Zárate 1999) ha asimilado la asociación entre la cosificación del cuerpo de la mujer y consumo/posesión/control. Esto ha ayudado a generalizar el uso de la discriminación y la violencia contra la mujer para hacer sensacionalismo con noticias, propaganda política, deportes, juegos en línea, películas de ficción, documentales, telenovelas, comedias, etc.

Referencias seleccionadas

- Aguayo, F & Sadler, M (eds.) 2011, *Masculinities and public policies: Involving men in gender equity*, Universidad de Chile, Santiago.
- Balderston, D & Guy, D 1998, *Sex and sexualities in Latin America*, Paidós, Barcelona.
- Berger, P & Lukmann, T 2003, *The social construction of reality*, Amorrortu, Buenos Aires.
- Bohórquez, M 2015, *Masculinity and telenovela: Between identity and stereotype*, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador & Corporación Editora Nacional, Quito.
- Bourdieu, P 2000, *Male domination*, Anagrama, Barcelona.
- Butler, J 2002, *Bodies that matter: On the material and discursive limits of 'sex'*, Paidós, Buenos Aires.
- Carabí, A & Armengol J (eds.) 2008, *Masculinity to debate*, Icaria, Barcelona.
- Castellanos, G 2010, *We say, we do, we are: Speech, identities of gender and sexualities*, Ediciones Universidad del Valle, Santiago de Cali.
- Debord, G 2008, *The Society of the Spectacle*, La Marca, Buenos Aires.
- Di Leonardo, M (ed.) 1991, *Gender at the crossroads of knowledge: feminist anthropology in the postmodern era*, University of California, Berkeley, pp. 51–101.
- Espinosa, Y, Gómez, D & Ochoa K (eds.) 2014, *Weaving differently: Feminism, epistemology and decolonial bets in Abya Yala*, Editorial Universidad del Cauca, Popayán.
- Feher, M, Naddaff R & Tazi N (eds.) 1990, *Fragments for a history of the body*, Taurus, Madrid.
- French, L 2014, 'Gender then, gender now: surveying women's participation in Australian film and television industries', *Continuum: Journal of Media and Cultural Studies*, vol. 28, issue 2, pp. 188–200, disponible en: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10304312.2014.888040> (Consultado el 14/11/2018)

- Gledhill, C 1999, 'Genre and Gender: The Case of Soap Opera', In Stuart Hall (ed.) *Representation: Cultural representations and signifying practices*, SAGE, London, pp. 337-387.
- Guasch, O 2000, *The crisis of heterosexuality*, Laertes, Barcelona.
- Hall, S (ed.) 1999, *Representation: Cultural representations and signifying practices*, SAGE, London.
- Irigaray, L 2007, *Speculum of the other woman*, Akal, Madrid.
- Kaufman, M 1989, *Men, pleasure, power and change*, Centro de Investigación para la Acción Femenina, Santo Domingo.
- Laqueur, T 1994, *The construction of sex: Body and gender from the Greeks to Freud*, Cátedra, Madrid.
- Lull, James 1997, *Media, Communication, Culture: Global Approach*, Amorrortu, Buenos Aires.
- Martínez Oliva, J 2005, *The discouragement of the warrior: Representations of sexuality in the art of the 80s and 90s*, Centro de Documentación y Estudios Avanzados de Arte Contemporáneo, Murcia.
- Metz, Christian 2001, *The imaginary signifier: Psychoanalysis and cinema*, Paidós, Barcelona.
- Millet, K 1975, *Sexual politics*, Aguilar, México DF.
- Moreno Sardá, A 1988, *The other 'politics' of Aristotle*, Icaria, Barcelona.
- Moreno Sardá, A 1991, *Think the History flush with skin*, Ediciones de la Tempestad, Barcelona.
- Mulvey, L 1975, 'Visual Pleasure and Narrative Cinema', *Screen*, vol. 16, issue 3 (Oxford: Oxford University Press), pp. 6-18.
- Natansohn, G (ed.) 2013, *Internet in female code: Theories and practices*, La Crujía, Buenos Aires.
- Outram, D 2009, *The Enlightenment*, Siglo XXI, México DF.
- Parameswaran, R & Cardoza K 2009, 'Melanin on the margins: Advertising and the cultural politics of fair/light/white beauty in India', *Journalism & Communication Monographs*, vol. 11, issue 3, pp. 213-274.
- Phelan, P 2003, *Art and feminism*, Londres: Phaidon.

- Pontón, J 2015, Women, body and image in the advertising industry of Ecuador: from representation to subjectivity, Doctoral thesis, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales-Ecuador, Quito, disponible en: http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/8057#.W0I_Cn621R0 (consultado el 14/11/2018)
- Rakow, L & Wackwitz, L (eds.) 2005, *Feminist Communication Theory: Selections in Context*, Sage, London.
- Richard, Nelly 1996, 'Feminismo, experiencia y representación', *Revista Iberoamericana*, Julio-Diciembre (Pittsburg: University Library System, University of Pittsburg), vol. LXII, nos. 176-177, pp. 733-744.
- Sakr, N (ed.) 2004, *Women and Media in the Middle East: Power Through Self-Expression*, IB Tauris, London & New York.
- Siebel, J 2011, *Miss Representation*, The Representation Project, USA.
- Tuchman, Gaye 1978, *Making News. A Study in the Construction of Reality*, The Free Press, New York.
- Van Zoonen, L 1994, *Feminist Media Studies*, Sage, London.
- Valdés, T & Olavarría, J (eds.) *Masculinities, power and crisis*, Isis Internacional & Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales-Chile, Santiago de Chile.
- Vega Montiel, A & Puñal, A 2015, 'Violencia de género y medios de comunicación. Los casos de México y España', en Denis Renó, Marcelo Martínez y Catalina Campalans (eds.), *Medios y opinión pública*, Bogotá: Universidad del Rosario, pp. 141-162.
- Vega, E 2014, '¿Quieres ver cómo se mata a una putita?: Masculinidad y medios de comunicación' ['Do you want to see how a bitch gets killed?: Masculinity and media']. In Herrera, A & others, *Women's rights in focus: Observatory judgments and media: 2013-2014*, pp. 59-71, Humanas. Corporación Regional de Derechos Humanos y Justicia de Género, Ecuador & Universidad Politécnica Salesiana & Universidad Andina Simón Bolívar-Ecuador, Quito.

Recursos adicionales

‘Reacciona Ecuador, el machismo es violencia’. Conjunto de videos de la campaña en contra de la violencia de género de Ecuador. Disponible en español:

<https://www.youtube.com/watch?v=IdQICPCyDTY&list=PL0E6136DD9F2FEA69>
(Consultado el 14/11/2018)

<https://www.youtube.com/watch?v=NTxUWQ2IE6s>
(Consultado el 14/11/2018)

<https://www.youtube.com/watch?v=LV3Am5rI7Uc> (Consultado el 14/11/2018)

<https://www.youtube.com/watch?v=m8-fzhAmISs>
(Consultado el 14/11/2018)

<https://www.youtube.com/watch?v=jiTnsep1uSY> (Consultado el 14/11/2018)

<https://www.youtube.com/watch?v=okA5mcBhflQ>
(Consultado el 14/11/2018)

<https://www.youtube.com/watch?v=olb8gkuNgXw>
(Consultado el 14/11/2018)

Habla serio, sexualidad sin misterios’. Conjunto de videos de la campaña de prevención del embarazo adolescente de Ecuador, <https://www.youtube.com/user/hablaseriossm> (Consultado el 14/11/2018)

Miss Representation, Documental, de Jennifer Siebel.

<https://www.youtube.com/watch?v=TyWB4KXUHLc>
(Consultado el 14/11/2018)

The mask you live in, Documental, de Jennifer Siebel.

<https://www.youtube.com/watch?v=IIOI9B0VSIa> (Consultado el 14/11/2018)

International Women’s Media Foundation 2011, *Global Report on the Status of Women in News Media*, International Women’s Media Foundation, <https://www.iwmf.org/our-research/global-report/>
(Consultado el 14/11/2018)

TEMA PRINCIPAL DOS

Acceso a la toma de decisiones/poder de toma de decisiones

Objetivo

Identificar las condiciones estructurales que limitan el acceso y la participación de las mujeres en puestos de toma de decisión en las industrias tanto de medios como de TIC.

Introducción al tema

Las dinámicas de poder que controlan el acceso a los lugares de liderazgo de la toma de decisiones en el contenido tanto en medios como en TIC sigue bajo el dominio de los hombres. Aunque las mujeres han ganado poder económico significativo y cuentan con mayor representación política en la mayoría de las naciones del mundo en comparación con hace medio siglo, estos avances no han penetrado en las industrias de la comunicación. Esto es particularmente cierto para las mujeres en economías en desarrollo en donde las mujeres se enfrentan a un mayor número de barreras que en economías más industrializadas (O'Neill & Domingo 2015). En las industrias de tecnologías de la comunicación, la mayor parte del diseño de hardware y software sigue dominado por hombres (UNESCO Comisión sobre la Banda Ancha, s.f.). Además, las mujeres cuentan con poca representación en el ámbito de las políticas de las corporaciones que dominan la comunicación digital en la actualidad. La investigación muestra que dentro de las principales 100 corporaciones de medios de comunicación, los hombres ocupan el 80% de los puestos de juntas directivas, 93% de los puestos superiores de gerencia, y 94% de los roles de dirección general (Edstrom & Facht 2018).

Por lo tanto, abordar los problemas más amplios sobre el acceso, explicará las complejidades de las relaciones de género incrustadas en las diferencias entre las oportunidades de hombres y mujeres a la hora de decidir qué tipo de tecnologías son las más adecuadas para la comunicación efectiva, de qué manera deben estar diseñadas, construidas y difundidas, y cómo las mujeres ya han comenzado a desafiar su marginalización en estas industrias. Activistas feministas se han involucrado en temas de género y poder dentro del ámbito de las TIC desde hace años. Su enfoque ha sido el de juntar justicia económica con el derecho de las mujeres a la comunicación, y con el conocimiento de

que la comunicación es facilitadora. Algunos han negado el “derecho a la comunicación” como un marco guía tanto para el análisis como para la acción, y han cargado al desarrollo nacional con los problemas de comunicación de las mujeres, es decir, que uno es necesario para permitir el otro (Gurumurthy 2017a, 2017b).

Subtemas

- » ¿La representación en el contenido es facilitadora de acceso?
- » Acceso a tecnología y medios de comunicación
 - › Educación y la brecha digital
 - › Estereotipos de género y capacitación tecnológica
- » Las mujeres en las industrias de tecnología: jerarquías de toma de decisiones y navegación de las estructuras impulsadas por el género
 - › Barreras estructurales que dificultan el acceso de las mujeres a la toma de decisiones, en vez de posibilitarlo.
 - › Percepciones de liderazgo femenino
 - › Techos de cristal” y “suelos pegajosos”
- » Las mujeres en las industrias de medios: jerarquías de toma de decisiones y navegación de las estructuras impulsadas por el género
 - › Barreras estructurales que dificultan la posibilidad de acceso de las mujeres a roles de toma de decisiones
 - › Percepciones de liderazgo femenino y “sesgo inconsciente”
- » Pobreza y acceso en el mundo en desarrollo
- » Derechos de comunicación de las mujeres
 - › Niveles internacionales
 - › Niveles nacionales
- » Análisis feminista de género y tecnología digital
- » Activismo feminista para abordar la marginalización y el acceso de las mujeres a las TIC (incluyendo la brecha digital entre aquellos y aquellas que tienen acceso a los medios y las TIC, y aquellos aquellas que no).

Enfoques posibles

Para cada subtema, existen varios enfoques con base en los cuales se puede abordar cada problema.

- ~ El enfoque interseccional es necesario al momento de abordar problemas de representación y dinámicas de poder debidos a la marginalización de múltiples identidades, es decir identidades queer afrodescendientes, identidades latinas relacionadas con mujeres migrantes.
- ~ Los problemas de acceso también se deben abordar en el contexto del idioma y la disponibilidad de contenido en distintos idiomas.
- ~ Los roles de mujeres en sociedades tradicionales y un enfoque descolonial son necesarios para comprender el impacto de las estructuras coloniales capitalistas sobre las dinámicas de género.
- ~ La justicia social y los enfoques humanistas seculares también deben de incorporarse para proporcionar información contextual sobre la manera en que las creencias religiosas en todo el mundo han dado forma a los roles de género, la participación de las mujeres en la sociedad, y al poder de actuar como tomadoras de decisiones en sus respectivas culturas.
- ~ El análisis feminista del problema llama la atención hacia la manera en que las mujeres lo han estado abordando.

Referencia a los GSIM

A1.1 Objetivo estratégico 1: Balance en materia de género entre los/las que toman decisiones dentro de las organizaciones de medios de comunicación p.22-23

A2.1 Objetivo estratégico 1: Igualdad de presencia y participación de mujeres líderes en los niveles de toma de decisiones en estas situaciones pp.29-30

A3.1 Strategic Objective 1: Equal presence and participation in decision-making of women leaders in these situations pp.29-30

A3.3 Objetivo estratégico 3: Estructuras de promoción de igualdad de género en el ámbito laboral p.31

A3.4 Objetivo estratégico 4: Estas estructuras integran la conciencia de género a las prácticas de comunicación al adoptar políticas e iniciativas de sensibilización tendentes a fortalecer la diversidad en los medios de comunicación p.32

A4.1 Objetivo estratégico 1: Integrar la conciencia de género a las prácticas mediáticas a través de políticas e iniciativas para fomentar esa conciencia de género en periodistas y personal técnico o creativo que produce contenido mediático pp.33-34

B1.2 Objetivo estratégico 2: Representación justa de mujeres y hombres a través de la eliminación de los estereotipos y promoción de una representación multidimensional pp.42-43

Referencias seleccionadas

Appel, M, Kronberger, N & Aronson, J 2011, Stereotype threat imparts ability building: Effects of test preparation among women in science and technology, *European Journal of Social Psychology*, vol. 41, pp. 904-913.

Becker, JC, Zawadzki, MJ & Shields, SA 2014, Confronting and reducing sexism: A call for research on intervention, *Journal of Social Issues*, vol. 70, pp. 603-614.

- Broos, A 2005, Gender and information and communication technologies (ICT) anxiety: male self-assurance and female hesitation, *Cyberpsychology and Behavior*, vol. 8, no. 1, pp. 21–31.
- Drury, B & Kaiser, C 2014, Allies against sexism: The role of men in confronting sexism, *Journal of Social Issues*, vol. 70, pp. 637–652.
- Edstrom, M & Facht, U 2018, *Men and (a few) women in the top 100 international media corporations*, University of Gothenburg, Sweden, Nordicom, www.nordicom.gu.se (Consultado el 14/11/2018)
- EIGE 2013, *Advancing gender equality in decision-making in media organizations*, EIGE, Vilnius.
- Ennaggar, A 2008, Towards gender equal access to ICT, *Information Technology for Development*, vol. 14, no. 4, pp. 280–293.
- Gurumurthy, A 2017a, *A history of feminist engagement with development and digital technologies*, Association for Progressive Communications website, <https://www.apc.org/en/pubs/history-feminist-engagement-development-and-digital-technologies> (Consultado el 14/11/2018)
- Gurumurthy, A 2017b, *A feminist action framework on development and digital technologies*, Association for Progressive Communications website, <https://www.apc.org/en/node/34003> (Consultado el 14/11/2018)
- Hafkin, JJ & Huyer, S 2007, Women and gender in ICT statistics and indicators for development, *Information Technologies and International Development*, vol. 4, no. 2, pp. 25–41.
- Halford, S, Lotherington, AT, Dyb, K & Obsfelder A2010, Un/doing gender with ICT? *Nora: Nordic Journal of Women's Studies*, vol. 18, no. 1, pp. 20–37.
- Johnson, DR 2011, Women of color in science, technology, engineering, and mathematics, *New Directions for Institutional Research*, vol. 152, pp. 75–85.
- Lee, S (n.d.), 'The current state of gender-sensitive curricula in college-level STEM education in Korea and a complementary course proposal', Proceedings of the Multidisciplinary Academic Conference, MAC Praque Consulting.
- McCormick, J & Morris, WL 2015, The effects of stereotype threat and power on women's and men's outcomes in face-to-face and e-mail negotiations, *Psi Chi Journal of Psychological Research*, vol. 20, pp. 114–124.

- McGlone, MS, Aronson, J & Kobrynowicz, D 2006, Stereotype threat and the gender gap in political knowledge, *Psychology of Women Quarterly*, vol. 30, pp. 392–398.
- McIntyre, RB, Paulson, RM, Taylor, CA, Morin, AL & Lord, CG 2011, Effects of role model deservingness on overcoming performance deficits induced by stereotype threat, *European Journal of Social Psychology*, vol. 41, pp. 301–311.
- Nowitzki, J & Morry, MM 2009, Women’s intentions regarding, and acceptance of, self-sexualizing behavior, *Psychology of Women Quarterly*, vol. 33, pp. 95–107.
- O’Neill, T & Domingo, P 2015, *The power to decide*, London: Overseas Development Institute.
- Rollero, C & Fedi, A 2014, When benevolence harms women and favours men: The effects of ambivalent sexism on leadership aspirations, *Ceskoslovenska Psychologie*, vol. 43, pp. 535–542.
- Tellhed, U & Bjorklund, F 2011, Stereotype threat in salary negotiations is mediated by reservation salary, *Scandinavian Journal of Psychology*, vol. 52, pp. 185–195.
- Vega Montiel, A 2012, ‘¿Quiénes y Cuántas son? ¿dónde están? Acceso participación de las mujeres en las industrias de la comunicación’, en Delgado, Gian Carlo, Legorreta Díaz, María del Carmen, Sánchez Menchero, Mauricio y Guadalupe Valencia García (Coords), *Jornadas de investigación*, 2011, México: CEIICH UNAM, pp. 99–110.
- Vega Montiel, A & Ortega P 2013, ‘Mexico: Structural Challenges for Women in News Media’, in Byerly, C (ed.) *The Palgrave International Handbook of Women and Journalism*, London: Palgrave Macmillan, pp. 284–300.

TEMA PRINCIPAL TRES

El género en las estructuras de medios y TIC

Objetivo

Contextualizar el análisis de las estructuras organizacionales de medios y TIC a través de una comprensión desarrollada del concepto de género. El tema busca promover la “sensibilidad de género”, lo que permite el reconocimiento de dónde y cómo ocurre la diferencia.

Introducción al tema

Esta unidad reconoce a las organizaciones de medios como estructuras con políticas que tienen un impacto en las relaciones de poder basadas en el género dentro de esas mismas organizaciones, y también en los textos mediáticos que crean. La unidad cubre subtemas clave relacionados con la marginalización de las mujeres en las industrias de medios y TIC. Estos incluyen: la visibilidad de las mujeres profesionales en medios, el estatus de las mujeres en las organizaciones de medios, normas y tratos hacia mujeres profesionales en medios, la naturaleza de las agencias reguladoras, y la función del liderazgo en la promoción de la igualdad de género.

Tal y como queda delimitado en los Indicadores de Género para Medios de Comunicación (2012, p.53), las diferencias entre masculino y femenino son: “socialmente determinadas, existen entre hombres y mujeres, varían según las épocas y difieren enormemente de una cultura a otra y dentro de una misma cultura. A diferencia de características biológicamente determinadas (sexuales), el género se refiere a comportamientos y valores aprendidos y expectativas adquiridas para satisfacer una imagen de masculinidad o femineidad. [...] Los términos género y mujeres no son sinónimos, sino que el término «género» se utiliza para denominar a los atributos humanos o sociales relativos a los hombres y mujeres en su conjunto.” (referirse al glosario en esta publicación).

Las nociones de género socialmente construidas repercuten en roles, cualidades y comportamientos esperados en lo social, y en valores asociados con hombres, mujeres y aquellos que no se identifican con algún género. Los

significados se construyen y circulan mediante estructuras sociales variadas, incluyendo aquellas dentro de los medios y las TIC. Estas estructuras imponen normas con respecto a la manera en que las personas se comportan, adoptan roles y responsabilidades, y también crean ideologías acerca de lo que los hombres/niños o las mujeres/niñas “deben hacer, en vez de lo que pueden hacer” (Crooks, 2009, p.8).

Esto crea presión sobre las personas para conformarse a las expectativas de género y lleva a definiciones binarias rígidas no incluyentes. Los roles de género se ven influenciados por las estructuras sociales de la familia, el estado, la religión y las instituciones educativas, y estas influencias y normas que crean se ven reflejadas por los medios y las TIC. Este tema desarrolla una comprensión del género que reconoce las identidades fuera de los binarios de género y la cisonormatividad (ver enfoques posibles: interseccionalidad).

Los hombres controlan la mayoría de las empresas de medios en la actualidad, incluyendo aquellas que cuentan con y administran TIC. Un estudio a nivel global de 522 empresas de noticias determinó que los hombres ocupan tres cuartas partes de los puestos de nivel gerencial superior y de juntas directivas (Byerly 2011).

Las maneras en que esto se traslada hacia el contenido se pueden ver en numerosos estudios, incluyendo el informe de 2017 del *Women’s Media Center* que analiza firmas de autor, presentadores en cámara y apariciones de corresponsales, y créditos de producción de televisión. El estudio concluyó que la brecha de género estaba presente en periódicos tradicionales, noticias en línea, agencias de noticias, y noticias televisivas. Se notó que los reporteros hombres hacían tres veces más reportajes de noticias en comparación con las mujeres reporteras, con la disparidad particularmente notoria en televisión. Conforme los medios se van concentrando en manos de cada vez menos dueños, casi todos hombres, también se reduce el acceso de las mujeres al trabajo en este ámbito. El trabajo de mujeres presentadoras, reporteras y corresponsales en los Estados Unidos cayó de un 32 por ciento en 2015 a 25.5 por ciento según el informe de 2016 publicado por la misma organización. El estudio también concluyó que los hombres producen la mayoría de las noticias en las secciones de deportes, clima, y crimen y justicia. Las firmas de autoría de las mujeres son mayoritariamente sobre estilo de vida, salud y noticias sobre educación. Esto claramente indica que las estructuras de los medios y las TIC han discriminado en contra de las mujeres en cuanto a nombramientos en roles superiores, juntas directivas, oportunidades de reportaje de noticias, así como el tipo de reportajes en los que tienen oportunidad de participar.

Subtemas

Estructuras de género

- ~ División sexual de trabajo dentro de las organizaciones y ámbitos de medios o TIC (sobre o subrepresentación, es decir mujeres en peinados y maquillaje, y no en dirección o en roles superiores de la empresa).
- ~ Sexismo o acoso sexual en relaciones profesionales dentro de organizaciones de medios
- ~ Problemas relacionados con género en las finanzas de los medios (es decir, contenido mediático orientado a las mujeres que promueve el capitalismo)
- ~ Estereotipos de roles sexuales
- ~ Sesgo inconsciente

Rol de las mujeres/tercer género" en la creación/presentación de contenido mediático

- ~ Tipo de historias cubiertas por o acerca de mujeres
- ~ Naturaleza del trabajo asignado a las mujeres
- ~ Una comprensión de igualdad y equidad (como términos y problemas)
- ~ Nombramientos de mujeres en organizaciones de medios
- ~ Diferencia en la presentación de reportajes hechos por profesionales hombres y mujeres
- ~ Jerarquía estructural y mujeres en las organizaciones de medios de comunicación

11 Los autores del plan de estudios reconocen que no todas las personas se identifican con un binario sexual masculino o femenino. Algunas personas no se identifican con ningún género y otras, tales como las personas intersexuales, poseen cromosomas tanto masculinos como femeninos. La comprensión del "tercer" y "cuarto" género varía dependiendo de las culturas a nivel global. Por ejemplo, en la mitología asiática/hindú, existe el concepto de "Ardhnarishwar" que se refiere a un ser "mitad hombre, mitad mujer". Existen los Hijras/transgénero en el Sur de Asia, quienes son personas nacidas hombres pero que se identifican como mujeres, y al revés.

- ~ Condiciones de servicio para mujeres profesionales en medios (incluyendo salas de descanso, pausas de trabajo, licencia por maternidad y su impacto sobre sus ascensos, trabajo desde casa, socialización en la oficina y políticas de poder, etc.)
- ~ Evaluación del trabajo de las mujeres dentro del espacio organizacional

Las TIC con respecto a la visibilización de las mujeres en las estructuras de los medios

- ~ Acceso para mujeres a infraestructura de TIC
- ~ Control sobre uso de TIC por mujeres y otras minorías de género
- ~ Cyberbullying, troles y experiencias de abuso contra las mujeres
- ~ Presencia web de mujeres profesionales de medios
- ~ Clase, casta, habilidades técnicas. Recursos de conocimiento, ayuda para tener destreza tecnológica y que las mujeres estén *on line*

Impedimentos estructurales para la participación equitativa de las mujeres en los medios y las TIC

Considerando que las mujeres, con frecuencia, acaban asumiendo la peor parte de las labores parentales, tienen una sobrerrepresentación en el ámbito del trabajo independiente, por contrato o temporal, desde casa/autónomo, lo que crea retos de continuidad, seguridad, remuneración, independencia financiera, desarrollo profesional y explotación.

Políticas de género en organizaciones de medios de comunicación

El informe de las Naciones Unidas "En las noticias: retos y aspiraciones de mujeres periodistas en la región de Asia Pacífico" (*Inside the News: Challenges and Aspirations of Women Journalists in Asia and the Pacific*) (2015) notó que solamente el 24% de las organizaciones de medios contaban con alguna política de género establecida en su lugar de trabajo. Una tercera parte (35%) desconocía si siquiera existía una política como tal. Un análisis sobre si existen políticas de igualdad de oportunidades y si los empleados están informados al respecto puede ofrecer una mejor comprensión de la conciencia de género de empresas de medios y TIC a nivel individual.

Enfoques posibles

- ~ Feminista: aunque las mujeres tienen opciones, estas están determinadas por condiciones estructurales y expectativas. Un enfoque feminista revelaría las presiones estructurales sobre las mujeres al igual que en dónde se encuentran las desigualdades de género.
- ~ Interseccional: un estudio de los efectos complejos y acumulativos de varios tipos de discriminación, y de cómo se superponen o cruzan, permite una comprensión matizada sobre el género y el sesgo basado en el género o la discriminación. El trabajo de feministas interseccionales alimenta este tema recalcando que existen múltiples identidades sociales que interactúan para crear la discriminación, el privilegio y las relaciones de poder. El género es tan solo una y las demás incluyen sexualidad, raza, clase, cultura, edad y educación.
- ~ Intercultural: mientras que el género se construye culturalmente, una comprensión matizada del estatus subordinado de las mujeres puede mostrar la manera en que esto se retiene más allá de las fronteras geosociales.
- ~ Economía política: este enfoque es esencial para comprender la manera en que los individuos operan dentro de los espacios institucionales y cómo el valor atribuido a su trabajo está determinado por las relaciones de poder.
- ~ Derechos humanos: a las mujeres se les trata en términos de cuerpo primero, persona después. La igualdad de género es un derecho humano, así como el acceso a las formas de expresión a través de los medios y las TIC.

Referencia a los GSIM

A1.1. Balance en materia de género entre los que toman decisiones: proporción de mujeres en puestos de propiedad, gerencia de negocios o junta directiva p.22

A2.1. Igualdad de trato y reconocimiento de capacidades de mujeres y hombres en el ámbito laboral pp.24

A2.2 Ambiente de trabajo sano para mujeres y hombres p.26

A2.3 Igualdad de pago p.27

A2.4 Equilibrio entre la vida laboral y personal p.28

A3.1 Igualdad de presencia y participación de mujeres líderes en uniones, asociaciones, clubes y organizaciones de periodistas, otros profesionales y organismos autorreguladores de medios de comunicación pp.29-30

A3.2 Transversalización de género en todas las actividades de uniones, asociaciones, clubes y organizaciones de periodistas, otros profesionales y organismos autorreguladores de medios de comunicación p.30

A4.1 Integrar la conciencia de género a las prácticas mediáticas a través de políticas e iniciativas para fomentar esa conciencia de género en periodistas y personal técnico o creativo que produce contenido mediático p.33

A5.1 Toma de conciencia por parte de los profesores, capacitadores, estudiantes de periodismo y otros estudiantes que cursan estudios relacionados con los medios de comunicación (por ejemplo, administración de medios, contenido de programas, técnicas de producción y/o edición, y otras áreas técnicas incluyendo tecnologías de la información y de la comunicación pp.35-36

A5.2 Conocimiento en materia de igualdad de género entre periodistas, otros trabajadores de medios de comunicación y funcionarios (hombres y mujeres) y acceso a la educación y capacitación, incluida la materia de género, para mujeres y hombres en los medios de comunicación pp.36-37.

Referencias seleccionadas

~~~~~

Byerly, CM 2011, *Global report on the status of women in news media*, Washington, International Women's Media Foundation, DC.

Crooks, M 2009, *Gender lens for inclusive philanthropy*, Victorian Women's Trust, Melbourne, <https://www.vwt.org.au/gender-lens-inclusive-philanthropy> (Consultado el 14/11/2018)

Edstrom, M & Facht, U 2018, *Men and (a few) women in the top 100 international media corporations*, Nordicom, University of Gothenburg, Sweden, [www.nordicom.gu.se](http://www.nordicom.gu.se) (Consultado el 14/11/2018)

Orenstein, P 2009, *Because I am a Girl: The State of the World's Girls 2009 ~ Girls in the Global Economy: Adding it all up*, (report) [http://ywcanada.ca/data/research\\_docs/00000010.pdf](http://ywcanada.ca/data/research_docs/00000010.pdf) (Consultado el 14/11/2018)

- Ross, K (ed.) 2012, *The Handbook of Gender, Sex, and Media*, Blackwell Publishing.
- Joseph A & Kalpana S 2006, *Whose News? The Media and Women's Question*, Sage, New Delhi.
- Kalpana, S (ed.) 2010, *Missing: Half of the Story – Journalism as if gender matters*, Zubaan Books, Delhi.
- UN 2015, *Inside the News: Challenges and Aspirations of Women Journalists in Asia Pacific* (informe), <http://asiapacific.unwomen.org/en/digital-library/publications/2015/06/inside-the-news---challenges-and-aspirations-of-women-journalists-in-asia-and-the-pacific> (Consultado el 14/11/2018)
- Women's Media Center 2017, *The Status of Women in US Media*, available at: <https://www.womensmediacenter.com/about/press/press-releases/womens-media-center-report-women-journalists-report-less-news-than-men-tv-g> (Consultado el 14/11/2018)

## Recursos adicionales

- Women's Media Center <https://www.womensmediacenter.com/about/press>
- Who Makes the News (informe) <http://www.unwomen.org/en/news/stories/2015/11/press-release-gmmp>
- Five things about women in the press <https://www.worldforumdisrupt.com/women-in-media-la-2018/2891-2/>
- Identity and Gender <https://au.reachout.com/identity-and-gender/gender>
- Media & Gender Monitor (April 2010) [http://waccglobal.org/images/stories/media\\_and\\_gender\\_monitor/](http://waccglobal.org/images/stories/media_and_gender_monitor/)
- Global Media Monitoring Project GMMP) <http://whomakesthenews.org/gmmp>
- Wage Indicator <https://wageindicator.org/>
- Screen Australia 2018, *Code of Conduct to Assist the Prevention of Sexual Harassment* <https://www.screenaustralia.gov.au/sa/media-centre/news/2018/04-03-code-of-conduct-to-prevent-sexual-harassment>
- Women In News, WAN-IFRA Sexual Harassment Toolkit for Media <http://www.womeninnews.org/resource/41>

# TEMA PRINCIPAL CUATRO

---

## Audiencia, recepción y usos de medios y TIC

### Objetivo

Saber y comprender la forma en que el análisis de la audiencia con una perspectiva de género nos permite pensar acerca de las relaciones establecidas entre los medios y las tecnologías de la información y la comunicación, y sus audiencias/usuarios de manera compleja, promoviendo así el reconocimiento de indicadores de género y perspectiva en la investigación y el análisis de audiencias y su consumo.

### Introducción al tema

¿Las audiencias/usuarios han cambiado? ¿O ha cambiado la manera de estudiarlos y comprenderlos? ¿O son los medios los que han transformado las relaciones con sus audiencias/usuarios a raíz del cambio tecnológico? ¿De qué manera pueden los practicantes de profesiones relacionadas con los medios lidiar con audiencias activas que reaccionan al contenido y lo comparten a través de las redes?

Esta es una discusión compleja que se espera que se aborde a fondo en esta unidad considerando que, no sólo las respuestas a estas preguntas deben atender todos los factores mencionados anteriormente, sino que también comprendiendo que el contexto actual nos permite proporcionar enfoques feministas y de género de naturaleza teórica, metodológica y pedagógica al análisis de audiencias de medios y TIC, recepción y usos de TIC.

El análisis de audiencia feminista y de recepción ha estado al centro de los estudios de género y comunicación, que aborda el rol de los medios y las TIC en la definición de la identidad de género, en las relaciones basadas en poder, en el consumo de medios y TIC, la negociación de significados, en la apropiación de discursos de medios y TIC, etc. El nuevo ambiente de los medios ha introducido una nueva dimensión a este campo que está relacionada con los usos de las TIC.

En términos de resultados de aprendizaje, se espera que el modelo permitirá a estudiantes saber de qué manera operan los procesos de consumo de medios y TIC, comprender de qué manera las nuevas tecnologías repercuten sobre la creación de nuevas audiencias y conocer las motivaciones, los comportamientos y las nociones clave para la interpretación de estudios de audiencias de diferentes tradiciones teóricas y metodológicas.

La evidencia en España (López 2008) muestra que es fundamental abordar estos problemas durante los procesos de educación universitaria formal en los que es más factible que los periodistas conozcan y estén abiertos a normas, principios y prácticas periodísticas con perspectiva de género. De esta manera, esta unidad busca contribuir a la capacitación de profesionales conscientes y responsables, tanto en la práctica profesional con perspectiva de género, como en el consumo crítico de contenido periodístico propuesto por los medios y las TIC.

## Subtemas

- » **Tradiciones de investigación sobre audiencia, recepción y usos de medios**
  - > Investigación sobre efectos
  - > Usos y gratificaciones
  - > Crítica literaria
  - > Estudios culturales
  - > Análisis de recepción
  
- » **Enfoques feministas sobre la recepción y estudios de audiencia y usos de TIC**
  - > Perspectivas actuales en estudios de medios feministas y TIC
  - > Acceso de las mujeres a usos de TIC
  - > Buenas prácticas sobre derechos de audiencias de mujeres y usuarios de TIC
  - > La dimensión de género de los algoritmos en los medios (es decir, sesgo algorítmico en redes sociales y en motores de búsqueda)
  
- » **Recepción y usos de medios y TIC como proceso con perspectiva de género**
  - > Influencia de los medios y las TIC en identidades de género
  - > Relaciones basadas en poder de género en el consumo de medios y TIC, y usos sociales
  - > Negociación y apropiación de discursos de medios y TIC

- » **Diseño, métodos y técnicas de investigación de audiencia con perspectiva de género**
  - > Diseño de investigación
  - > Técnicas cuantitativas (encuestas, medidas de audiencia, estudios de medios y redes digitales)
  - > Técnicas cualitativas (entrevistas, enfoque y grupo de discusión, etnografía, etnografía virtual, observación participativa)
  - > Análisis de red
  - > Análisis de datos abiertos: datos abiertos, scraping, bots.

## Enfoques posibles

- ~ **Feminismo:** En calidad de teoría crítica, el feminismo representa un enfoque esencial para explicar a los estudiantes nuevas formas de recepción y usos de contenidos de medios y TIC por parte de audiencias y usuarios, reconociendo la hegemonía del patriarcado y la condición subalterna de la mujer. Por ejemplo, el uso de controles remoto en un hogar, o el acceso a teléfonos celulares.
- ~ **Intercultural:** Este enfoque permite a los estudiantes comprender la importancia de la variable cultural para explicar nuevas formas de consumo, suponiendo que todos los tipos de consumo son culturales.
- ~ **Economía política:** Este enfoque ayuda a los estudiantes a comprender la manera en que el neoliberalismo, la cultura del consumidor, y las industrias de medios y TIC funcionan de manera opresiva con respecto a problemas de género.
- ~ **Histórico:** Este enfoque permite a los estudiantes saber cómo ha cambiado la manera de entender e investigar audiencias de medios y tecnologías de la comunicación y la información.
- ~ **Derechos humanos:** Este enfoque ayuda a los estudiantes a reconocer la manera en que compartir contenido debe garantizar el respeto por la dignidad de las audiencias/usuarios.
- ~ **Estudio de caso:** Un enfoque basado en estudios de caso puede representar un punto de partida muy eficaz para involucrar a los estudiantes con las realidades regionales y locales, y la investigación. Referirse a los estudios de

caso de audiencias de los GSIM (particularmente: las experiencias de la radio y televisión públicas de Tailandia, La Voz de Vietnam, y Unión de Emisoras del Caribe son algunos ejemplos, anexo 1, pp. 58-116).

## Referencia a los GSIM

Considerando que el estudio de audiencias/usuarios implica “recabar información sobre actitudes, conocimiento, preferencias o comportamiento relativo a los mensajes recibidos de los medios de comunicación” (GSIM p.18), a continuación, se encuentran los indicadores de sensibilidad de género relacionados con el conocimiento y la investigación de las audiencias y los procesos de recepción y usos de los medios y las TIC.

-----

**A5.1-Objetivo estratégico 1:** Toma de conciencia por parte de los profesores y las profesoras, formadores y formadoras , estudiantes de periodismo y otros/otras estudiantes que cursan estudios relacionados con los medios de comunicación (por ejemplo, administración de medios, contenido de programas, técnicas de producción y/o edición, y otras áreas técnicas incluyendo tecnologías de la información y de la comunicación) (GSIM, pp. 35–36)

## Referencias seleccionadas

- Ang, I 1985, *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, 1<sup>st</sup> edn, Methuen, London.
- Bird, E 1992, *For Enquiring Minds: A Cultural Study of Supermarket Tabloids*, 1<sup>st</sup> edn, TN: Univ. Of Tennessee Press, Memphis.
- Bobo, J 1995, *Black Women as Cultural Readers*, 1<sup>st</sup> edn, Columbia University Press, New York.
- Brown, M 1994, *Soap Opera and Women's Talk: The Pleasure of Resistance*, 1<sup>st</sup> edn, CA: SAGE, Newbury Park.
- Carter, C, Steiner, L & McLaughlin, L (eds.) 2013, 'Rediscovering Twentieth-Century Feminist Audience Research', *The Routledge Companion to Media and Gender*, pp. 61–70.

- Carter, C, Steiner, L & McLaughlin, L (eds.) 2014, 'Feminism in a Postfeminist World: Who's Hot—And Why We Care—On the Collegiate "Anonymous Confession Board"', *The Routledge Companion to Media and Gender*, Routledge, London and New York, pp. 543–553.
- Cavalcante, A 2016, "'I Did It All Online:': Transgender Identity and the Management of Everyday Life', *Critical Studies in Media Communication*, vol. 33, no. 1, pp. 109–122.
- Drummond, P & Paterson, R (eds.) 1988, 'Suburban family sit-coms and consumer product design', *Television and its Audience*, British Film Institute, Londres.
- Dwyer, T & Martin, F 2017, 'Sharing News Online', *Digital Journalism*, 5:8, pp. 1080–1100.
- Gail, D & Humes, J 1995, *Gender, Race, and Class in Media: A Text-Reader*, 1<sup>st</sup> edn, Sage, Thousand Oaks.
- Hebdige, D 1979, *Subculture: The Meaning of Style*, 1<sup>st</sup> edn, Methuen, Londres.
- Hermes, Joke OKE (2014), 'Rediscovering Twentieth-Century Feminist Audience Research', in *The Routledge Companion to Media and Gender* (edited by Cindy Carter, Lisa McLaughlin and Linda Steiner), New York: Routledge, pp. 61–70.
- Hobson, D 1982, *'Crossroads': Drama of a Soap Opera*, Methuen, Londres.
- Hochschild, A & Machung, A 2012, *The Second Shift: Working Families and the Revolution at Home*, Penguin, London.
- Jensen, K & Rosengren, K 1990, 'Five Traditions in Search of the Audience', *European Journal of Communication*, vol. 5, nos. 2–3.
- Jiménez, D & Moreno, T 2017, 'Mujeres y teléfonos móviles: continuo y perpetuo cuidado de los hijos como una función considerada exclusivamente femenina', *La Desigualdad de Género Invisibilizada en la Comunicación—Aportaciones al III Congreso Internacional de Comunicación y Género y al I Congreso Internacional de Micromachismo en la comunicación*, Dykinson, SL, Madrid.
- Livingstone, S 2004, 'Media literacy and the challenge of new information and communication technologies', *Communication Review*, vol. 7, no. 1, pp. 3–14.

- Kay, M & Matuszek, C & Muson, SA 2015, 'Unequal Representation and Gender Stereotypes in Image Search Results for Occupations', *Proceedings of the 33<sup>rd</sup> Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems*, Seoul, Republic of Korea, <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=2702123.2702520> (Consultado el 14/11/2018)
- Lopes, M 1997, 'Exploraciones metodológicas en un estudio de recepción de telenovela', *Comunicación y sociedad*, no. 29, pp. 161–177.
- López, P 2008, 'Los medios y la representación de género: algunas propuestas para avanzar', *Feminismo/s*, no. 11, pp. 95–108.
- McLaughlin, L & Carter, C (eds.) 2018, *Current perspectives in feminist media studies*, Routledge, London.
- McRobbie, A 1978, *Working Class Girls and the Culture of Femininity. Women Take Issue: Aspects of Women's Subordination*, CCCS, London.
- Morley, D 1986, *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*, Comedia, London.
- Núñez, S, Fernández, D & Peña, P 2016, 'Ciberactivismo contra la violencia de género: fetichismo tecnológico e interactividad', *Feminismo/s*, vol. 27, pp. 177–195.
- Radway, J 1988, 'Reception Study: Ethnography and the Problems of Dispersed Audiences and Nomadic Subjects', *Cultural Studies*, vol. 2, no. 3, pp. 376–399.
- Reinharz, S & Davidman, L 1992, *Feminist Methods in Social Research*, Oxford University Press, Oxford.
- Sánchez-Olmos, C & Hidalgo-Marí, T 2016, 'Del sofá a YouTube: estudio de género sobre la interacción en la red social en torno a las series de TV españolas', *Communication & Society*, vol. 29, no. 2, pp. 117–132.
- Shaw, A 2015, *Gaming at the Edge: Sexuality and Gender at the Margins of Gamer Culture*. MN: University of Minnesota Press, Minneapolis.
- Staiger, J 2005, *Media Reception Studies*, New York Univ. Press, New York.
- Stoica, A & Riederer, C & Chaintreau, A 2018, 'Algorithmic Glass Ceiling in Social Networks', *Proceedings of the 2018 World Wide Web Conference Lyon, France*, <http://www.cs.columbia.edu/igert/courses/CSEE6600/readings/AlgGlassCeiling.pdf> (Consultado el 14/11/2018)

Varela, M 1999, 'Las audiencias en los textos. Comunidades interpretativas, forma y cambio', en Grimson, A & Varela, M *Audiencias, cultura y poder, Estudios sobre la televisión*, Eudeba, Buenos Aires, pp. 137–157.

Vega, A 2004, *La decisión de voto de las amas de casa mexicanas y las noticias electorales televisadas*, PhD Tesis, UAB, Barcelona.

Vega, A 2004a 'Forjando ciudadanía: Mujeres, televisión y participación política en México' (septiembre), in *Hacia la construcción de una Ciencia de la Comunicación en México. Ejercicio reflexivo 1979–2004*, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, México.

## Recursos adicionales

Committee of Senior Officials (CSO) 2009, 'Memorandum of Understanding for the Implementation of a European Concerted Research Action designated as COST Action IS0906: Transforming Audiences, Transforming Societies', <http://www.cost-transforming-audiences.eu/node/1> (Consultado el 14/11/2018)

Media Texthack Group 2014, *Media Studies 101 – A Creative Commons Textbook*, <https://mediatexthack.wordpress.com> (Consultado el 14/11/2018)

Primer Informe Anual del Observatorio Estatal de Violencia sobre la Mujer, 2007, [http://www.violenciagenero.igualdad.mpr.gob.es/violenciaEnCifras/observatorio/informesEjecutivos/docs/1\\_Informe\\_Ejecutivo\\_anexolibro1\\_castellano.pdf](http://www.violenciagenero.igualdad.mpr.gob.es/violenciaEnCifras/observatorio/informesEjecutivos/docs/1_Informe_Ejecutivo_anexolibro1_castellano.pdf) (Consultado el 14/11/2018)

Social Media Collective, *Critical Algorithm Studies: Reading List*, <https://socialmediacolletive.org/reading-lists/critical-algorithm-studies> (Consultado el 14/11/2018)

# TEMA PRINCIPAL CINCO

## Violencia contra las mujeres (VcM) en y a través de medios y TIC

### Objetivo

Analizar enfoques teóricos, metodológicos y pedagógicos en y a través del prisma de la violencia contra las mujeres en los medios y TIC.

### Introducción al tema

La violencia contra las mujeres (VcM) ha sido identificada como el obstáculo principal para el cumplimiento de los derechos humanos de las mujeres. Los instrumentos internacionales reconocen diferentes tipos de VcM (física, sexual, psicológica, económica y feminicida), así como diferentes contextos de VcM (instituciones, comunidad, trabajo, escuela).

Las entidades y los instrumentos clave a nivel global, tales como la CEDAW (1979), la Declaración adoptada en Belém Do Pará (1994), La Plataforma de Acción de Beijing (1995), y recientemente, los ODS, reconocen el papel clave que desempeñan los medios y las TIC en la lucha contra la VcM.

Sin embargo, en lugar de un incremento en la VcM, la investigación feminista ha mostrado en las últimas décadas, que el sexismo y la misoginia en los medios de comunicación se ha incrementado de manera dramática, y que los problemas iniciales relacionados con la rendición de cuentas de medios y TIC para eliminar la VcM siguen estando al centro del debate internacional. Además, el nuevo ambiente de los medios de comunicación ha exacerbado algunos de los problemas preexistentes y traído nuevos retos que necesitan abordarse, tales como la ciberviolencia contra las mujeres y mujeres activistas, particularmente el tráfico sexual a través de redes sociales y la pornografía misógina en el internet. Una dimensión específica de la VcM que involucra a medios y TIC tiene que ver con la violencia en contra de las mujeres periodistas, en línea y fuera de ella.

El contenido de VcM en los medios y las TIC queda enmarcado en diferentes formatos y plataformas. De las noticias a la ficción, los documentales o la publicidad, la VcM prevalece en el contenido. Diferentes contribuciones teóricas

feministas (Malamuth & Check 1981; Malamuth & Briere 1986; Sutherland, Simons & Blatchford 2017; Feminist Peace Network 2006; McCabe 2004) han sugerido una relación continua entre la exposición de las audiencias al contenido y el incremento de la VcM. Además, los instrumentos internacionales, como la Declaración de Belèm Do Parà, insisten sobre que el contenido violento en contra de las mujeres está arraigado en los patrones culturales machistas y, por lo tanto, se deben investigar y eliminar estos contenidos, al igual que sus reacciones.

Tal es la complejidad de la VcM que debe abordarse mediante diferentes enfoques, tales como economía política de las comunicaciones, interculturalidad y poscolonialidad. El uso individual o combinado de estos enfoques nos lleva a comprender la VcM como un problema estructural que afecta la vida entera de una sociedad.

## Subtemas

- ~ Definición de violencia de género
- ~ Marcos jurídicos y herramientas internacionales: CEDAW, Belèm Do Parà, los GSIM de la UNESCO
- ~ La VcM en el contenido de medios y TIC
- ~ Ciber-VcM
- ~ Violencia contra la diversidad sexual / de género y, particularmente, contra las comunidades LGBTQ+ de color + las comunidades indígenas
- ~ Violencia contra las mujeres periodistas, en línea y fuera de ella, y mujeres que trabajan en los medios de comunicación, por ejemplo, acoso laboral y sexual, condiciones laborales no seguras, violación de derechos laborales, ciberacoso, etc.
- ~ Metodologías para el estudio de la VcM en el contenido de medios y TIC: análisis de discurso, análisis de contenido
- ~ Metodologías para el estudio de la VcM en las estructuras de medios y TIC: entrevistas cualitativas, encuestas, métodos cuantitativos
- ~ Buenas prácticas para frenar la difusión de la VcM en medios y TIC, y por conducto de ellos

## Enfoques posibles

**Derechos humanos.** La violencia de género es considerada el principal obstáculo para el cumplimiento de los derechos humanos de la mujer. Un enfoque basado en los derechos humanos ayudará a crear conciencia sobre la responsabilidad de los medios y las TIC con respecto a la mejora para que los derechos de la mujer estén libres de violencia..

**Economía política.** En calidad de marco metodológico, la economía política subsume los enfoques económico y sociológico, en donde el primero hace del individual su elemento central, y el último, las instituciones (Weingast & Wittman 2006). El uso de esta metodología al momento de abordar la VcM con referencia a los medios, por ejemplo, implica una diversidad de actores tanto a nivel individual (por ejemplo, miembros de la audiencia), como a nivel institucional (es decir, los medios mismos).

**Interculturalismo.** Este enfoque recalca el diálogo y la comunicación intercultural entre grupos interesados (Levy 2012). La VcM es un problema global que tiene como componentes clave la cultura, las tradiciones y las costumbres. El contenido en medios y TIC debe de evaluarse tomando en cuenta estos elementos.

**Interseccionalidad.** En los enfoques feministas, la interseccionalidad debe buscar discernir los numerosos problemas que entran en juego y no deben limitarse a “binarios categóricos” de género, clase o raza (Taylor, Hines & Casey 2010). Aquí, la interseccionalidad debe explicar las fuentes de las violencias y la opresión contra las mujeres y el papel que desempeñan los medios y otros individuos y actores institucionales en ello.

**Poscolonialismo.** En la lucha por ubicar enfoques locales en la conformación de realidades locales/contextuales, con frecuencia, el poscolonialismo significa la resistencia ante la hegemonía occidental.

## Referencia a los GSIM

**Los GSIM definen la violencia de género como:** “todo acto que resulta o puede resultar en daño o sufrimiento físico, sexual, psicológico o económico a una persona por razón de su género. Generalmente se refiere a violencia contra mujeres y niñas, pero incluye violencia contra lesbianas, hombres homosexuales y personas transgénero. Comprende amenazas, coerción, privación de libertad, privación del derecho a trabajar y a ganar un ingreso, violación sexual o psicológica, acoso y otras formas de hostigamiento cometidos en la esfera ya sea pública o privada”. (UNESCO 2012, p. 53).

-----  
**A3.3-Objetivo estratégico 3:** Estructuras de promoción de igualdad de género en el ámbito laboral (UNESCO 2012, p.31).

Proporción de declaraciones de asociaciones, sindicatos y clubes con respecto a casos relacionados con violencia contra las mujeres.

-----

**B1.1-Objetivo estratégico 1:** Presencia equilibrada de mujeres y hombres, que reflejen la composición de la sociedad, y las experiencias humanas, acciones, puntos de vista y preocupaciones en la cobertura de noticias y actualidades (UNESCO 2012, p. 41-42).

Porcentaje de noticias que se enfocan centralmente/especialmente en mujeres y/o problemas de especial relevancia/interés para las mujeres en el contenido de noticias y actualidades (p.ej. violencia de género, derechos de la mujer, logros de las mujeres, etc.).

-----

**B1.2-Objetivo estratégico 2:** Representación justa de mujeres y hombres a través de la eliminación de los estereotipos y promoción de una representación multidimensional (UNESCO 2012, p. 42-43).

Proporción de mujeres, en comparación con hombres, representadas como víctimas (p.ej. de crimen, violencia/atrocidad, conflicto, desastre, pobreza, etc.).

Proporción de mujeres, en comparación con hombres, representadas como sobrevivientes (es decir, con evidencia de intervención activa a pesar de las experiencias/circunstancias adversas, tales como crimen, violencia/atrocidad, conflicto, desastre, pobreza, etc.).

-----

**B1.3-Objetivo estratégico 3:** Cobertura de la igualdad de género y de los temas de equidad como una parte integral importante de la identificación de los medios de comunicación como vigilantes de la sociedad (UNESCO 2012, pp.43-44)

Porcentaje de noticias que subrayan los aspectos de igualdad/desigualdad de género de eventos o problemas (incluyendo política & gobierno, economía & negocios, guerra & conflicto, crimen, violencia/atrocidad, pobreza, ciencia & tecnología, deportes, etc.).

**B1.5-Objetivo estratégico 5:** Información relativa a la comprensión precisa y holística de violencia de género en todas sus formas, como violación de derechos humanos internacionalmente reconocida. (ref. Declaración de las Naciones Unidas sobre la Eliminación de la Violencia contra la Mujer, 1993) (pertinente para toda esta sección) p.45-46.

\* **Varios anexos pertinentes**

## Referencias seleccionadas

Broadband Commission for Digital Development 2015, *Cyber-Violence Against Women and Girls: A World-wide Wake-up Call* [online], [http://www.unwomen.org/~media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2015/cyber\\_violence\\_gender%20report.pdf?v=1&d=20150924T154259](http://www.unwomen.org/~media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2015/cyber_violence_gender%20report.pdf?v=1&d=20150924T154259) (Consultado el 14/11/2018)

Díez, P 2002, Representación de género en los informativos de radio y televisión, Madrid: Instituto de la Mujer.

Elasmar, M, Hasegawa, K & Brain, M 1999, The portrayal of women in U.S. prime time television, *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, vol. 44, no. 1, pp. 20-34.

Feminist Peace Network 2006, Pornography Revenue Statistics [online], available at: <http://www.feministpeacenet.org/2010/10/20/pornography-the-obscene-statistics> (Consultado el 14/11/2018)

Festa, L & Carey, D 2009, 'Some Answers to the Question "What is Postcolonial Enlightenment"' in Carey, D & Festa, L (eds.) *The Postcolonial Enlightenment: Eighteenth-Century Colonialism and Postcolonial Theory*, Oxford and New York, Oxford University Press, pp. 1-22.

Gallagher, M 2015, Gender, Media, ICTs and Journalism: 20 Years After the BPfA Forum [online], [http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/1\\_2\\_keynote\\_lecture\\_margaret\\_gallagher.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/1_2_keynote_lecture_margaret_gallagher.pdf) (Consultado el 14/11/2018)

Levy, GB 2012, 'Interculturalism vs Multiculturalism: A Distinction without a Difference?' *Journal of Intercultural Studies*, vol. 33, no. 2, pp. 217-224.

Malamuth MN & Briere, J 1986, 'Sexual Violence in the Media: Indirect Effects On Aggression against Women', *Journal of Social Issues*, vol. 42, no. 3, pp. 75-92.

- Malamuth MN & Check, JVP 1981, 'The Effects of Mass Media Exposure on Acceptance of Violence Against Women: A Field Experiment', *Journal of Research in Personality*, vol. 15, pp. 436–446.
- McCabe, J 2004, *Feminist Film Studies: Writing the Woman into Cinema*, Wallflower Press, Great Britain.
- McGhee, P & Frueh, T 1980, 'Television viewing and the learning of sex-role Stereotypes', *Sex Roles*, vol. 6, no. 2, pp. 179–188.
- Meyers, M 1997, *News coverage of violence against women*, Sage Publications, London.
- Posetti, J & Storm, H 2018, 'Violence Against Women Journalists - Online and Offline', in Vega Montiel, A & Macharia, S (eds.) *Setting the Gender Agenda for Communication Policy*, GAMAG-UNESCO-IAMCR, Paris, forthcoming.
- Posetti, J 2018 'Combating Online Abuse: When Journalists and their sources are targeting' in *Journalism, Fake News and Disinformation (Handbook for Journalism Education and Training)*, UNESCO Series on Journalism. <http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002655/265552e.pdf> (Accesed 14/11/2018)
- Sutherland, G, Simons, M & Blatchford, A 2017, 'News Media and the Primary Prevention of Violence against Women: Emerging Evidence, Insights and Lessons', *Our Watch Evidence Paper*, <https://aifs.gov.au/cfca/2017/07/10/report-news-media-and-primary-prevention-violence-against-women-and-their-children> (Consultado el 14/11/2018)
- United Nations 1999, Press Release SG/SM/6919 WOM/1113: United Nations, <https://www.un.org/press/en/1999/19990308.sgsm6919.html> (Consultado el 14/11/2018)
- Taylor, Y, Hines, S & Casey, M 2010, 'Introduction', in Taylor, Y, Hines, S & Casey, M (eds.) *Theorizing Intersectionality and Sexuality*, Palgrave Macmillan, Great Britain, pp. 1–14.
- Thompson, T & Zerbinos, E 1995, 'Gender roles in animated cartoons: Has the Picture Changed in 20 Years?' *Sex Roles*, vol. 32, nos. 9/10, pp. 651–673.
- United Nations 2002, *Women, Media and Democratic Society: In Pursuit Of Rights And Freedoms* [online], <https://www.un.org/womenwatch/daw/egm/media2002/reports/BPIGallagher.PDF> (Accssed 14/11/2018)

Vega Montiel, A 2014, 'Violence against women and media: advancements and challenges of a research and political agenda', in Vega Montiel, A, *Gender and Media: A Scholarly Agenda for the Global Alliance on Media and Gender*, Paris, UNESCO/IAMCR, pp. 17–21.

Weingast, BR & Wittman, DA 2006, 'The Reach of Political Economy', in Weingast, BR & Wittman, DA (eds.) *The Oxford Handbook of Political Economy*, Oxford University Press, Oxford and New York, pp. 3–28.

## Recursos adicionales

---

'Reacciona Ecuador, el machismo es violencia', Video kit of the Ecuadorian campaign against gender violence, disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=IdQICPCyDTY&list=PL0E6136DD9F2FEA69>

<https://www.youtube.com/watch?v=NTxUWQ2IE6s>

<https://www.youtube.com/watch?v=LV3Am5rI7Uc>

<https://www.youtube.com/watch?v=m8-fzhAmlSs>

<https://www.youtube.com/watch?v=jiTnsep1uSY>

<https://www.youtube.com/watch?v=okA5mcBhfLQ>

<https://www.youtube.com/watch?v=olb8gkuNgXw>

# TEMA PRINCIPAL SEIS

---

## Transversalización de género en políticas de medios y TIC

### Objetivo

Esta unidad aborda la relevancia y los retos de la adopción de políticas en medios de comunicación y TIC con respecto a temas de género. Los objetivos son aclarar el significado y las realidades de la “transversalización de género” en los medios y las TIC proporcionando antecedentes de debates e intervenciones de políticas internacionales relevantes; y proponiendo enfoques teóricos, metodológicos y pedagógicos para la evaluación de asuntos de género relacionados con la formulación, adopción e implementación de políticas en medios y TIC, a nivel empresas, nacional y supranacional. Al finalizar este curso, se espera que las y los estudiantes tengan una comprensión integral del qué, el por qué y el cómo de la formulación, adopción e implementación de políticas que promuevan la igualdad de género en medios y TIC, y por conducto de ellos. Podrán llevar a cabo una evaluación crítica de las medidas con respecto a políticas y comenzarán a ejercer la profesión con una comprensión adecuada de marcos normativos y de retos con respecto a su implementación.

### Introducción al tema

Las preocupaciones con respecto a la desigualdad de género en propiedad, empleo y contenido de medios de comunicación han sido asociadas con las políticas de los medios de comunicación desde la Década de las Mujeres de las Naciones Unidas (1976–1986). Las expresiones internacionales de estas preocupaciones han sido articuladas por investigadoras feministas tales como Gallagher (1981), nade las primeras expertas y activistas que habló de la necesidad de enmarcar la falsa representación y el subempleo de las mujeres por los medios de comunicación como problemas estructurales que requerían una solución estructural.

El tema de las políticas sensibles al género aparece prominentemente en la Sección J de la Plataforma de Acción<sup>12</sup> de Beijing, aprobada por los delegados de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer de Naciones Unidas en Beijing en 1995. La Sección J incluye un llamado explícito a los gobiernos y a otros sectores a promover “una política activa de incorporación de una perspectiva de género en las políticas y programas de los medios de comunicación” (Artículo 238). Dicha sección también establece que los gobiernos también deben fomentar toda investigación que evalúe las políticas existentes en medios de comunicación (párrafo 239 b). El documento también promueve “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 (Artículo 241 d) mientras hace un llamado a las organizaciones de medios mismas a “elaborar y fortalecer mecanismos de autorregulación y códigos de conducta” para cumplir con los objetivos de la Sección J (Artículos 236 ; 244.a, 244b) (ONU PdA Beijing 1995).

En 2003, las y los participantes de la Comisión sobre la Condición Jurídica y Social de la Mujer de las Naciones Unidas en Nueva York recalcaron la atención insuficiente hacia las perspectivas de género en las políticas de los medios de comunicación recomendando que las mismas aseguraran “la participación oportuna y total de las mujeres en el desarrollo y la implementación de políticas, legislación, estrategias, e instrumentos regulatorios y técnicos a nivel nacional en el ámbito de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), así como en los medios y las comunicaciones”, al mismo tiempo creando “mecanismos adecuados de monitoreo y rendición de cuentas para garantizar la implementación de políticas y normas sensibles al género, al igual que para analizar el impacto de género de dichas políticas” (Convención sobre la Condición Jurídica y Social de la Mujer, 2003, párrafo, 4).

Más recientemente, una Recomendación del Comité de Ministros para los Estados Miembro sobre la Igualdad de género en los medios audiovisuales (CM/Rec(2017)9) del Consejo de Europa determinó que uno de los objetivos estratégicos que aún falta cumplir es el de “lograr una transversalización de género en todas las políticas y medidas”.

Este es un claro reconocimiento de la falta de esfuerzos por transversalizar la igualdad de género en las organizaciones de medios, también revelado por los resultados empíricos de (pocos) estudios internacionales disponibles, por ejemplo, el Informe Global sobre la Situación de las Mujeres en los

---

12 <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/BDPfA%20E.pdf>  
(Consultado el 14/11/2018)

Medios (Byerly 2011) y el informe Promoviendo la igualdad de género en la toma de decisiones en los medios (EIGE 2013; Ross & Padovani 2017).

La inatención a la desigualdad en las políticas podría deberse en parte al hecho de que el término “política” se utiliza ampliamente para referirse a intervenciones tan diversas como la adopción de códigos de conducta de igualdad de género elaborados por sindicatos u organismos profesionales, políticas de igualdad o diversidad adoptadas por empresas de medios de comunicación, leyes y estrategias de medios de comunicación a nivel nacional, y marcos regulatorios internacionales elaborados por organismos intergubernamentales. Por lo tanto, se debe invitar a los estudiantes a reflexionar de manera crítica sobre la manera en que se pueden conceptualizar los diferentes tipos de “políticas sensibles al género para los medios y las TIC” en diferentes niveles organizacionales.

Un buen lugar para comenzar con la enseñanza acerca de las políticas en medios es ubicar a la “política” en su propio ámbito. Para ello, es necesario distinguir los niveles organizacionales con términos y definiciones básicas. El contenido mediático (noticias, programación, imágenes) forma parte del nivel micro de los medios. El empleo y las jerarquías de responsabilidades son parte del meso-nivel de los medios. La propiedad y finanzas de los medios son parte del nivel macro en los que operan los medios de comunicación (Byerly, próximamente disponible). La transversalización de género a través de los marcos de políticas responde a estas diferentes preocupaciones y aborda formas de desigualdad en todos estos distintos niveles.

Por consiguiente, la formulación y adopción e implementación de políticas deben permitir la evaluación de los avances en los medios con el tiempo en relación con la igualdad y la diversidad (Gallagher 2011). Esto contribuiría a garantizar la sostenibilidad del progreso logrado (Padovani 2018) y pudiera también llevar a una transformación cultural muy necesaria a nivel tanto social como empresarial (Caher 2014).

Finalmente, se debe adoptar un enfoque crítico con respecto a los instrumentos de políticas que abordan los problemas entrecruzados de desigualdad de género, al igual que la interacción entre las desigualdades de género y otros ejes de poder y privilegio desiguales, tales como edad, etnia, clase, orientación sexual o habilidades físicas. Mientras tanto, las intervenciones en políticas deben indicar los instrumentos y las medidas concretas para fomentar las prácticas transformadoras de género al interior de las empresas de medios de comunicación y a niveles nacionales, y crear espacio para mecanismos de monitoreo, así como para proporcionar los recursos adecuados.

Los ambientes mediáticos actuales se caracterizan por contar con tecnologías convergentes y prácticas comunicativas, al igual que una variedad de actores

con intereses variados en cuanto a los arreglos de gobernanza en las regiones y en las plataformas. Ello significa que existen tensiones entre filosofías sobre la manera en que los sistemas de medios de comunicación deben ser gobernados, es decir, aquellos que abogan por un interés público (incluyendo el género y otro tipo de diversidad), aquellos que están más orientados hacia el comercio, y aquellos que abogan por un sistema de medios controlado (o vigilado) por el Estado.

Además, las tecnologías digitales claramente brindan nuevas oportunidades, aunque también traen nuevos retos y amenazas inesperadas al goce total de las mujeres en cuanto a sus derechos de comunicación. Por lo tanto, la transversalización de género también debe convertirse en una realidad con respecto a los acontecimientos digitales, desde un diseño arquitectónico de redes y software sensibles al género a lineamientos conscientes sobre el género para las operaciones de intermediarios, como las redes sociales para la gobernanza del internet responsiva al género.

En este contexto, la necesidad de códigos, políticas y otros mecanismos de gobernanza para luchar en contra de las desigualdades persistentes y emergentes, a nivel empresarial y nacional, sigue siendo tan apremiante como hace unas décadas.

## Subtemas

- » **Desarrollo histórico de problemas de políticas de género y medios**
  - › **Compromiso de la ONU:** Década de las Mujeres, Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer de Beijing, y las reuniones de seguimiento de la Comisión sobre la Situación de las Mujeres. Desde 1978, estas reuniones han proporcionado un foro para las mujeres y los problemas en los medios, incluyendo temas de políticas para enmarcarlos y desarrollar estrategias.
  - › **Vinculando entre lo global y lo local:** historias de casos y experiencias de acontecimientos locales de políticas inspirados/motivados por eventos internacionales sobre los derechos de la mujer e informados por los marcos regulatorios elaborados en esos contextos.
- » **Niveles de políticas de medios y TIC (ejemplos a explorar y discutir)**
  - › Definiciones de los niveles de políticas micro, meso y macro.
  - › Nivel industria/empresa. Las empresas de medios de comunicación han adoptado políticas, de manera individual, que buscan incrementar la representación de hombres y mujeres en el empleo y en contenido mediático.
  - › Códigos de conducta y cartas adoptadas por asociaciones profesionales o sindicatos de periodistas para promover los principios y las prácticas de igualdad de género.

- > Iniciativas de políticas a nivel nacional abordando la igualdad de género: política legislativa y programa de adopción, intervenciones por parte de autoridades regulatorias independientes.
  - > Actividades internacionales con respecto a políticas enfocadas en el género: experiencias feministas y contribuciones en foros internacionales, tales como la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información o el Foro de Gobernanza del Internet, así como otros eventos relacionados con los medios y las TIC.
- » **Conexiones entre política de comunicación y situación de mujeres y hombres en el ámbito de la comunicación**
  - > Se puede encontrar y presentar en clase evidencia generada por investigación empírica de: Informe Global sobre la Situación de las Mujeres en los Medios IWMF 2011, Promoviendo la igualdad de género en la toma de decisiones en los medios en Europa, ElGE 2013 y Ross y Padovani 2017, Encuesta Global de la UNESCO 2016, Padovani y Shade 2016.
- » **Activismo en los medios e impacto en las políticas de comunicación de las mujeres**
  - > En muchos países, las mujeres han organizado campañas a nivel empresarial y nacional para promover la igualdad de género en las políticas de los medios de comunicación. Las colaboraciones transnacionales también han contribuido a vincular las esferas de defensoría y de políticas, como en el caso del Proyecto de Monitoreo Global de Medios, GMMP. Investigación, historias de caso.
- » **Métodos para la evaluación de la sensibilidad de género en las políticas de comunicación**
  - > Los análisis, con base en las políticas de los procesos que llevaron a la adopción de instrumentos formales para la igualdad de género en los medios, análisis de contenido y de discurso de documentos existentes y medidas de política para explorar variedades de marcos de "igualdad de género", análisis de implementación de políticas.

## Enfoques posibles

- ~ **Histórico:** Este enfoque es fundamental para brindar a los estudiantes una comprensión adecuada del reto a largo plazo que implican las políticas en pro de la igualdad de género en los medios de comunicación, y de las múltiples instancias en las que han contribuido diversidad de actores y redes a la definición de marcos normativos que constituyen referencias fundamentales para los acontecimientos, a nivel local y nacional, con respecto a políticas.

- ~ **Economía política feminista:** observando los acontecimientos con respecto a las políticas y las oportunidades perdidas, desde una perspectiva de economía política se da lugar a un enfoque sobre las relaciones de poder que estructuran los ambientes de medios y definen sus principios, prioridades y resultados con respecto al género y las preocupaciones entrecruzadas.
- ~ **Interseccional:** falta mucho por hacer para desarrollar una comprensión de políticas sensibles al género para los medios y las TIC capaces de incluir una perspectiva interseccional que fomenta la evaluación de múltiples ejes entrecruzados de desigualdad, tales como edad, etnicidad, orientación sexual, para que salgan a la luz y sean abordados adecuadamente. Las políticas con impacto de género fuera de los medios y las TIC también deben tenerse en mente.
- ~ **Poscolonial:** las contribuciones para una mayor comprensión del vínculo entre las desigualdades de género y los acontecimientos relacionados con políticas de comunicación han venido de diferentes regiones del mundo desde finales de los 1990 con una serie de seminarios regionales post-Beijing organizados por la WACC (ver Padovani & Pavan 2017). Aún queda por contar la historia completa de las preocupaciones feministas occidentales, recalcando las contribuciones hechas por autores y defensores del Sur Global: los puntos de partida pueden ser Gender Links en Sudáfrica, Comunicación para la Igualdad en América Latina y ITforChange en la India.
- ~ **Derechos humanos:** los derechos de comunicación de la mujer se encuentran al centro de las iniciativas internacionales, tales como el Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP). Un enfoque de derechos humanos en el desarrollo de políticas incluiría ubicar la igualdad de género dentro de los estatutos existentes de derechos humanos y otros documentos aplicables (por ejemplo, la Declaración de Derechos Humanos de las Naciones Unidas)
- ~ **Estudio de caso:** un enfoque de estudio de caso podría ser un punto de partida muy eficaz para involucrar a los estudiantes en las realidades (los retos y las oportunidades) del ciclo de políticas relacionado con la igualdad de género en los medios de comunicación: desde el enmarcado hasta la formulación, la adopción y la implementación del diseño de las políticas.

## Referencias a los GSIM

Los Indicadores de Género para Medios de Comunicación (GSIM) de la UNESCO proporcionan detalles para la construcción de un marco de políticas que promuevan la igualdad de género en los medios y por conducto de ellos. A través del marco proporcionado por la UNESCO, la adopción de políticas resulta una prioridad con relación al número de problemas de (des)igualdad de género.

### **Categoría A. ACCIONES QUE FOMENTAN LA IGUALDAD DE GÉNERO DENTRO DE LAS ORGANIZACIONES DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

---

#### **A1 – BALANCE DE GÉNERO EN EL NIVEL DE TOMA DE DECISIONES**

**A1.1 – Objetivo estratégico 1:** Balance en materia de género entre los que toman decisiones dentro de las organizaciones de medios de comunicación. Este objetivo identifica específicamente la adopción de políticas en las organizaciones de medios de comunicación como la manera de crear igualdad entre hombres y mujeres en los niveles de toma de decisiones en la gerencia de los medios pp.22-23.

Indicadores:

4. Políticas efectivas de igualdad de oportunidades que cuenten con amplias medidas para su implementación, objetivos, programas y mecanismos de monitoreo.
  5. Políticas de igualdad de oportunidades desarrolladas en cooperación y con el respaldo del personal dentro de las organizaciones de medios de comunicación.
  6. Medidas y políticas adoptadas para la eliminación de obstáculos en la igualdad de oportunidades, y para la mejora del trabajo de mujeres.
- 

#### **A2 – IGUALDAD DE GÉNERO EN EL TRABAJO Y CONDICIONES DE TRABAJO**

**A2.1 – Objetivo estratégico 1:** Igualdad de trato y reconocimiento de capacidades de mujeres y hombres en el ámbito labora pp.24-25.

Indicadores:

6. Existencia de políticas de medios de comunicación que protejan la igualdad de trato con respecto a las condiciones (ambientes) generales de trabajo; existencia de derechos que incluyan salarios y oportunidades de ascenso.

-----

**A2.2 – Objetivo estratégico 1:** Ambiente de trabajo sano para mujeres y hombres p.26.

Indicadores:

3. Alineamiento de políticas de medios de comunicación con los artículos pertinentes de la CEDAW en torno al ambiente sano de trabajo para mujeres y hombres, y realización de acciones tendientes a eliminar desigualdades.
- 

**A2.3 – Objetivo estratégico 1:** Igualdad de pago p.27.

Indicadores:

7. Disposiciones que garanticen la igualdad de pago para mujeres y hombres en los convenios colectivos.
- 

**A2.4 – Objetivo estratégico 1:** Equilibrio entre la vida laboral y personal p.28.

Indicadores:

3. Políticas específicas sobre disposiciones de flexibilidad laboral.
  7. Cláusulas y políticas específicas sobre maternidad o paternidad, permiso parental y asistencia para niños.
- 

### **A3 – IGUALDAD DE GÉNERO EN UNIONES, ASOCIACIONES, CLUBES Y ORGANIZACIONES DE PERIODISTAS, OTRAS PROFESIONES Y ORGANISMOS AUTORREGULADORES DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

**A3.1 – Objetivo estratégico 1:** Igualdad de presencia y participación de mujeres líderes en los niveles de toma de decisiones de las estructuras anteriormente mencionadas pp.29-30.

Indicadores:

4. Existencia de sistema de cupos para la representación de mujeres en áreas decisorias de estas estructuras.
  5. Existencia de acciones afirmativas para incrementar la presencia del liderazgo femenino en esas estructuras.
- 

**A3.3 – Objetivo estratégico 3:** Estructuras de promoción de igualdad de género en el ámbito laboral p.31

1. Estas estructuras desarrollan y proponen recomendaciones hacia la igualdad de género para ejecutivos de los medios de comunicación y gobiernos locales, regionales y nacionales.

-----  
**A3.4 – Objetivo estratégico 1:** Estas estructuras integran la conciencia de género a las prácticas de comunicación al adoptar políticas e iniciativas p.32.

3. Adopción y promoción de recursos tales como políticas, códigos de ética y manuales.
- 

#### **A4 – LAS ORGANIZACIONES DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN PROMUEVEN CÓDIGOS DE ÉTICA Y POLÍTICAS EDITORIALES A FAVOR DE LA IGUALDAD DE GÉNERO EN EL CONTENIDO MEDIÁTICO**

**A4.1 – Objetivo estratégico 1:** Integrar la conciencia de género a las prácticas mediáticas a través de políticas e iniciativas para fomentar esa conciencia de género en periodistas y personal técnico o creativo que produce contenido mediático.

Toda la sección está dedicada a la formulación y adopción de políticas de género o códigos de ética, así como a la pertinencia de la concientización, particularmente entre los trabajadores y el personal a nivel gerencial.

## Referencias seleccionadas

~~~~~

APC 2012, *Critically absent. Women's rights in internet governance*, APC Issue Papers.

APC 2015, *How technology issues impact women's rights: 10 points on Section J*.

Byerly, CM 2011, *Global report on the status of women in news media*, Washington, DC: International Women's Media Foundation, <https://www.iwfm.org/resources/global-report-on-the-status-of-women-in-the-news-media/> (Consultado el 14/11/2018)

Byerly, CM, Park, YJ, Miles, RD (The Howard Media Group) 2011, 'Race- and gender-conscious policies: Toward a more egalitarian communications future', in *Journal of Information Policy*, vol. 1, pp. 425–440.

Byerly, CM (ed.) 2013, *The Palgrave Handbook of Women and Journalism*, Palgrave Macmillan, Basingstoke, UK.

Chaher, S 2014, *Public policies on communication and gender in Latin America: The path ahead of us*, Asociación Civil Comunicación para la Igualdad (Texto en inglés: 98 - 192).

- Cuellar, D 2017, December 11, 'Save net neutrality! It enables women and people of color to thrive online and amplify their own stories – uncensored and on their own terms, Women's Media Center website, <http://www.womensmediacenter.com/news-features/save-net-neutrality-it-enables-women-and-people-of-color-to-thrive-online-and-amplify-their-own-storiesuncensored-and-on-their-own-terms> (Consultado el 14/11/2018)
- Doria, A 2015, Rights, gender and internet governance, APC Issue Papers, <https://www.apc.org/en/pubs/women%E2%80%99s-rights-gender-and-internet-governance> (Consultado el 14/11/2018)
- Drossou O & Jensen, H (eds.) *Visions in process II, The World Summit on the Information Society 2003–2005*, Heinrich Böll Foundation, Berlin.
- Gallagher, M 2011, Media and communication policy: Struggling for space, in Mansell, R & Raboy, M (eds.), *The handbook of global media and communication policy*, Wiley Blackwell, Malden, MA.
- Gallagher, M 2017, Gender and media: A critical analysis after 20 years of the BpFA, *ComPol:Comunicazione politica*, vol. 2, pp. 191–208.
- Gurumurthy, A 2014, ICTs for empowerment of women and girls, *A research and policy advocacy initiative on empowering women on and through the web in 10 countries* (Project Background Document), World Wide Web Foundation.
- International Association of Women in Radio and Television IAWRT 2015, *Gender equality and social justice in public media, Media monitoring research in eight countries across four continents*.
- IAWRT (project coordinators: G Gober & D Nastasia) (countries included: South Africa, Tanzania, Kenya, Cambodia, India, Poland, Moldova, the United States of America), ITU 2012, A bright future in ICTs, opportunities for a new generation of women.
- Jensen, H 2010, Global feminist politics concerning media, ICTs: Past lessons and present challenges, *Women in Action*, vol. 1, pp. 47–52.
- Martin, F & Goggin G 2016, 'Digital transformations? Gendering the end user in digital government policy' in *Journal of Information Policy*, Special issue on 'Gendering Global Media Policy: Critical Perspectives On Digital Agendas', Padovani C & Shade L (eds.).
- McLaughlin, L & Pickard, V 2005, 'What is bottom up about global internet governance?' *Global Media and Communication*, vol. 1, no. 3, pp. 357–373.
- Ostling, A & I Nenadich 2017, 'Public Service Media in Europe: Gender Equality Policies and the Representation of Women in Decision-Making Roles', *Comunicazione Politica*, vol. 2, pp. 209–232.

- Padovani, C 2014a, 'Gaps in media and communication governance: Towards a gender-aware research and advocacy agenda', in A Vega Montiel (ed.), *Media and gender: A scholarly agenda for the Global Alliance on Media and Gender*, vols. 55–61, UNESCO, Paris.
- Padovani, C 2018, 'Gendering media policy research and communication Governance' in *Javnost –The Public, Journal of the European Institute for Communication and Culture*, Taylor & Francis, vol. 25.
- Padovani, C & Shade, LR 2016, Gendering global media policy: Critical perspectives on digital agendas, *Journal of Information Policy* (Special issue), <http://www.jstor.org/stable/10.5325/jinfopoli.6.issue-2016> (Consultado el 14/11/2018)
- Padovani, Claudia & Elena Pavan 2017, 'Gender, Politics and the Media: Lessons Learned and Struggles for Change Twenty Years After the Beijing Fourth World Conference on Women,' *ComPol: Comunicazione Politica*, vol. 2 (Special issue), pp. 177–190.
- Pandian, H 1999, Engendering communication policy: Key Issues in the International Women-and-Media Arena and Obstacles to Forging and Enforcing Policy, *Media, Culture and Society*, vol. 21, no. 4, pp. 459–480.
- Prasad, K 2008, Gender-sensitive communication policies for women's development: Issues and challenges, in K Sarikakis & LR Shade (eds.), *Feminist Interventions in International Communication: Minding the Gap*, Rowman and Littlefield, Lanham, MD, pp. 74–89.
- Ross, K & Padovani, C 2017, *Gender Equality and the Media: A Challenge for Europe*, Routledge, New York.
- Sarikakis, K & Nguyen ET 2009, The trouble with gender: Media policy and gender mainstreaming in the European Union, *Journal of European Integration*, vol. 31, no. 2, pp. 201–216.
- Shade, LR 2014, 'Missing in action: Gender in Canada's digital economy agenda', *Sigs: Journal of Women in Culture and Society*, vol. 39, no. 4, pp. 887–896.

Recursos adicionales

Promoviendo la igualdad de género en las industrias de los medios de comunicación (AGEMI, por sus siglas en inglés) – Este proyecto financiado por la UE ha desarrollado un banco de recursos de buenas prácticas para promover la igualdad de género en las industrias de los medios de comunicación que incluye ejemplos de políticas de prácticas.

Es posible explorar un mapa interactivo de las organizaciones que trabajan en dicho ámbito. Además, el proyecto creó un módulo educativo en línea conformado por diez unidades temáticas articuladas en video-clases, actividades de aprendizaje y varios materiales. Estas unidades, incluyendo una sobre políticas responsivas al género para medios y TIC, www.agemi-eu.org (Consultado el 14/11/2018)

Association for Progressive Communication (Asociación para el Progreso de las Comunicaciones) – Manual de políticas para género y TIC de la APC WNSP http://archive.kubatana.net/html/archive/inftec/060117apc.asp?sector=inftec&year=2006&range_start=91 (Consultado el 14/11/2018)

Council of Europe CoE 2014, Gender Equality and the Media at National Level: Compilation of good practices from member states, Strasbourg: CoE (incluye buenas prácticas sobre políticas a nivel nacional), <https://rm.coe.int/1680590557> (Consultado el 14/11/2018)

Council of Europe CoE 2015, Handbook on the implementation of Recommendation M/Rec(2013)1 of the Committee of Ministers of the Council of Europe on Gender Equality and Media, Strasbourg: CoE (includes good practices on different types of policy), <https://rm.coe.int/1680590558> (Consultado el 14/11/2018)

Dynamic Coalition on Gender and Internet Governance, <http://www.intgovforum.org/cms/dynamiccoalitions/77-gender-and-ig#introduction> (Consultado el 14/11/2018)

EFJ/IFJ 2012, A Handbook on Gender Equality Good Practices in European Journalists' Unions, Brussels: I/EFJ (includes good practices on policies adopted by journalist unions), <https://en.unesco.org/interculturaldialogue/resources/312> (Consultado el 14/11/2018)

GenderLinks, página web sobre políticas de género y medios – Esta sección del sitio web de Gender Links describe actividades llevada a cabo para asegurar que los objetivos del Protocolo de Género de la SADC sobre igualdad de género en los medios, y por conducto de ellos, estén integrados en el trabajo de las autoridades reguladoras y las casas de medios, <http://genderlinks.org.za/what-we-do/media/policy/>

Proyecto Mapping Global Media Policy – Este conjunto de datos incluye perfiles de individuos, organizaciones, documentos de políticas y otros recursos. Dos secciones temáticas están dedicadas a género y medios, respectivamente, a nivel internacional y europeo, <http://www.globalmediapolicy.net> (Consultado el 14/11/2018)

Vega Montiel, A 2015, 'La transversalización de la perspectiva de género en la reforma de telecomunicaciones y radiodifusión' en Padierna, Dolores y Aimée Vega Montiel (Comps.), La perspectiva de género en la reforma de Telecomunicaciones y Radiodifusión, Senado de la República, México, pp. 59–94.

Vega Montiel, A 2016, 'Políticas de género y comunicación en México a partir de la aprobación de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión en materia de igualdad de género', en Chaher, Sandra (Comp.), Políticas públicas de comunicación y género en América Latina: entre andares y retrocesos, Buenos Aires: Friedrich Ebert, pp. 128–132.

WACC & IFJ 2014, Resource Kit for Gender Ethical Journalism and Media House Policy, Book 1: Conceptual issues, Book 2: Practical resources (ed. Sarah Macharia & Pamela Morinière), <http://whomakesthenews.org/articles/learning-resource-kit-for-gender-ethical-journalism> (Consultado el 14/11/2018)

TEMA PRINCIPAL SIETE

Defensoría y activismo

Objetivo

Analizar las formas en que las mujeres y otras minorías asociadas a las distintas realidades sexogenéricas han hecho uso de la defensoría y del activismo para buscar mayor acceso a las TIC y otros medios de comunicación, así como un marco de igualdad y diversidad en y a través de los mismos, mediante determinados enfoques teóricos, metodológicos y pedagógicos.

Introducción al tema

Esta unidad ofrece un marco inclusivo en su comprensión del género, incluyendo a aquellas personas identificadas como hombres y mujeres, al igual que a otras realidades sexogenéricas que con frecuencia se reúnen en la categoría de LGBTQI, es decir, lesbianas, gays, bisexuales, transgénero, queers e intersexuales.

La defensoría se refiere a las distintas estrategias para poder influir sobre quienes tienen el poder de crear políticas y tomar decisiones con el fin de que adopten criterios, leyes, normas y/u otras prácticas en relación a una amplia variedad de problemas que afectan a las vidas humanas (Sprechman & Pelton 2011). La defensoría se expresa, o se lleva a cabo, a través del activismo e incluye esfuerzos evidentes para crear el cambio. Tal y como se practica en los grupos defensores de derechos feministas y LGBTQI, la defensoría y el activismo trabajan, por lo tanto, conjuntamente para mantener y expandir los derechos existentes asociados con la igualdad, la diversidad y la justicia. La defensoría y el activismo relacionados con los medios de comunicación han tenido una larga historia a nivel mundial, aunque con presencias particularmente sobresalientes dentro de los movimientos de liberación de los siglos XX y XXI. Han sobresalido con mayor visibilidad a través del movimiento global de liberación de la mujer (y sus correspondientes fuerzas locales), comenzando con la Década de las Mujeres de las Naciones Unidas para la Mujer (1976-1985), cuando las mujeres comenzaron a articular una crítica hacia los medios de información en relación a la omisión y falsa representación de sus problemas y actividades, y de su marginalización como profesionales de las industrias de los medios de comunicación. Los grupos de liberación gay también expresaron críticas similares durante ese mismo

periodo, enfocándose particularmente en la estereotipificación y otros aspectos de representación de los individuos y las comunidades LGBTQI, así como una falta de información sobre temas importantes, como la prevención del VIH y el sida.

En años recientes, la defensoría y el activismo relacionados con los medios se han enfocado en temas como el acceso, la representación y las políticas de las plataformas tradicionales de medios y de las nuevas tecnologías de información digital. Con frecuencia, conforme la comunicación digital se va haciendo global, estas plataformas se han fusionado tanto en sus aspectos organizacionales como en la generación de sus contenidos.

Tanto la defensoría como el activismo mediático pueden incluir diferentes estrategias de acción: cartas, demostraciones públicas (tanto a pequeña escala como en masas), sentadas, discursos, boicots, desobediencia civil no violenta y negociación entre líderes de movimientos y grupos de poder y decisión. Las estrategias de defensoría pueden enfocarse en un evento único, como una manifestación o un boicot para protestar por una película o una determinada cobertura de noticias. También pueden seguir un plan más a largo plazo que busque establecer nuevas políticas, leyes u otras prácticas, tales como la adopción de políticas de igualdad de género en el lugar de trabajo por parte de empresas de medios de comunicación. La defensoría y el activismo que aplican estrategias a largo plazo siempre requieren de múltiples actividades (p.ej. redacción de cartas, discursos y negociación) para lograr sus objetivos.

En ocasiones, se han llevado a cabo debates sobre problemáticas específicas de personas vinculadas a los medios de comunicación que, al tiempo, ellas mismas han desempeñado el papel de periodistas y un rol activo en el ámbito de la defensoría o activismo. Algo que puede ocasionar un problema de representación en el uso de estas estrategias de presión, como ocurrió en el caso del movimiento #MeToo.

Subtemas

~ Enfoques teóricos de defensoría y activismo en igualdad y diversidad

sexogenérica: conceptos clave sobre defensoría y activismo, y su relación con el género, la diversidad sexual, los medios y las TIC.

~ Esfuerzos históricos de mapeo de la defensoría y el activismo a lo largo del tiempo con relación a la igualdad de género y la diversidad sexogenérica en los medios y las TIC:

fuentes historiográficas sobre la presencia y los logros de la defensoría y el activismo de género y diversidad sexual en medios y TIC.

- ~ **Campañas de temas específicos organizadas por grupos feministas y LGBTQI:** enfocadas en temas abordados, estrategias utilizadas y logros.
- ~ **Redes transnacionales:** programas de defensoría y activismo que promueven la igualdad y diversidad sexogenérica en y a través de los medios mediante conexiones entre países y regiones.
- ~ **Oportunidades de intervención política:** intervenciones en las estructuras de toma de decisión a través de agentes políticos, grupos de presión, actores sociales y otras organizaciones de la sociedad civil involucradas en campañas para lograr una mayor igualdad de acceso a los medios (y otros objetivos relacionados con la igualdad de género).
- ~ **Defensoría para unas mejores prácticas:** Cómo definir objetivos y logros en relación a los problemas de desigualdad y diversidad sexogenérica en los medios y las TIC desde una perspectiva de cambio social desde un enfoque feminista y LGBTQI.
- ~ **Activismo mediático y medios alternativos:** los medios alternativos y activistas dirigidos por mujeres ofrecen foros de participación para el activismo mediático de mujeres y lugares de debate e intercambio.
- ~ **Estudios de caso de defensoría y activismo en medios y TIC con respecto a la igualdad y diversidad sexogenérica:** estrategias exitosas en contextos locales y globales de medios y TIC.

Enfoques posibles

La defensoría y el activismo mediático así como las distintas formas de resistencia y prácticas que implican, se pueden estudiar a través de la teoría del cambio social, la teoría del movimiento social, la teoría feminista y la teoría queer entre otras (Kluge 1982). Con frecuencia estos estudios se llevan a cabo a través de un enfoque interseccional planteando que los seres humanos se definen en base a múltiples características: género, sexualidad, nacionalidad, clase socioeconómica, religión, capacidades físicas, etc. (Collins & Bilge 2017).

La interseccionalidad nos permite comprender la opresión, el privilegio y los derechos humanos en un contexto global y en relación a cuestiones transversales que causan la desigualdad en la sociedad (es decir, de qué manera aspectos como el racismo, sexismo, cis-sexismo y la homofobia funcionan para crear sistemas entrelazados de opresión). Algo que también permite entender el valor de la defensoría y el activismo de mujeres y la comunidad LGBTQI en la

lucha por la igualdad de derechos, algo fundamental para conseguir que los derechos humanos se apliquen a todas las personas por igual. Por lo tanto, la interseccionalidad puede ser un instrumento para la construcción de una cultura global de derechos humanos desde las distintas realidades locales hasta un nivel global.

Relación con los GSIM

A1. Balance en materia de género en el nivel de toma de decisiones pp.22-23

A2. Igualdad de género en el trabajo y condiciones de trabajo pp.24-27

A3. Igualdad de género en uniones, asociaciones, clubes y organizaciones de periodistas, otros profesionales y organismos autorreguladores de medios de comunicación pp. 29-30

A4. Las organizaciones de medios de comunicación promueven códigos de ética y políticas editoriales a favor de la igualdad de género en el contenido mediático pp.33-34

Además, todos los estudios de caso sobre transversalización de género en los medios de Asia-Pacífico, el Caribe, Europa, los Estados Árabes, América Latina y África del Sur, incluidos en el anexo 1 de los GSIM, cuentan con extensas referencias a las estrategias de defensoría en un enfoque integral a través de las organizaciones (pp. 57-183).

Referencias

AWID 2004, 'Intersectionality: A Tool for Gender and Economic Justice', *Facts & Issues*, 9, 8, https://lgbtq.unc.edu/sites/igbtq.unc.edu/files/documents/intersectionality_en.pdf (Accesed on 14/11/2018)

Buckley, S 2013, *Advocacy Strategies and Approaches: Overview Paper*, available at: http://socialeconomyaz.org/wp-content/uploads/2011/05/APCProPoorKit_Advocacy_Overview_EN.pdf (Consultado el 14/11/2018)

Byerly CM & Ross K 2006, *Women and Media: A Critical Introduction*, Wiley-Blackwell, Malden, MA.

- Collins, PH & Bilge, S 2016, *Intersectionality*, Polity Press, Cambridge, UK & Malden, MA, USA.
- De Waal, A (ed.) 2015, *Advocacy in conflict: critical perspectives on transnational activism*, Zed Books Ltd.
- Fox, J 2001, 'Vertically integrated policy monitoring: A tool for civil society policy advocacy', *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, vol. 30, no. 3, pp. 616–627.
- Ferree MM & Tripp AM (eds.) 2006, *Global Feminism: Transnational Women's Activism, Organizing and Human Rights*, New York University Press, New York.
- García A & Silva A 2017, 'Ciberfeminismo o Feminismo en la Red: Haciendo arqueología en Internet', *Antropología Experimental*, vol. 17, pp. 277–286.
- Goodwin, J & Jasper, JM (eds.) 2003, *The Social Movement Reader: Cases and Concepts*, Blackwell Publishing: Oxford.
- Jordan, T 2002, *Activism! Direct Action, Hacktivism and the Future of Society*, Reaktion Books, London.
- Keck, ME & Sikkink, K 2014, *Activists beyond borders: Advocacy networks in international politics*, Cornell University Press, Ithaca, United States.
- Keck, ME & Sikkink, K 2000, 'Historical Precursors to Modern Transnational Social Movements and Networks', in *Globalizations and Social Movements: Culture, Power, and the Transnational Public Sphere*, University of Michigan Press Ann Arbor, pp. 35–53.
- Kling, JM & Posner, PS 1990, *Dilemmas of Activism: Class, Community, and the Politics of Local Mobilization*, Temple University Press, Philadelphia.
- Mueller, M 2004, 'Reinventing media activism: Public interest advocacy in the making of US communication-information policy, 1960–2002', *Information Society*, vol. 20, no. 3, pp.169–187, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=586625 (Accessed on 14/1/2018)
- Napoli, PM 2007, 'Public Interest Media Activism and Advocacy as a Social Movement: A Review of the Literature', *McGannon Center Working Paper Series*, Paper 21, http://fordham.bepress.com/mcgannon_working_papers/21 (Consultado el 14/11/2018)
- Padovani, C & Calabrese A (eds.) 2014, *Communication Rights and Social Justice: Historical Accounts of Transnational Mobilizations*, Palgrave Macmillan, London.

- Perlman, A 2007, 'Feminists In The Wasteland: The National Organization for Women and television reform,' *Feminist Media Studies*, vol. 7, no. 4, pp. 413–431.
- Regan Shade, L 2011, 'Media Reform in the United States and Canada: Activism and Advocacy for Media Policies in the Public Interest', in *The handbook of global media and communication policy, General communication & media studies*, Wiley–Blackwell, Chichester, UK, pp.147–165.
- Vega Montiel A 2014 (ed.) *A Scholarly Agenda for the Global Alliance on Media and Gender*, UNESCO–IAMCR, Paris.

Recursos adicionales

- Council of Europe Gender Equality Commission 2014, *Gender Equality and the Media at National Level. Compilation of Good Practices from Member States*, <http://bit.ly/1DvXmba> (URL acortada).
- Edström M & Mølster R 2014, *Making Change. Nordic Examples of Working Toward Gender Equality in the Media*, Nordicom, <http://hdl.handle.net/2077/37362>
- Inter Press Service (IPS) Africa 2008, *Women in the News: Strengthening the Voice and Visibility of Women in the African Media's Coverage of Elections, Politics and Governance*, http://www.ips.org/africa/library/publications/ips_the_women_in_the_news.pdf
- Inter Press Service (IPS) Africa 2010, *Gender and Development Glossary*, <http://www.ips.org/africa/library/GenderandDevelopmentGlossary.pdf>
- Just Associates, the Association for Progressive Communications and Women's Net 2015, *ICTs for Feminist Movement Building: Activists Toolkit*, JASS, APC & WN, <http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Images/Blog/JASS-APC-Women-Net-ICTs-Toolkit-2015.pdf>
- UNESCO 2011, *Femmes et Médias au Maghreb. Guide à l'intention de la société civile pour améliorer la représentation des femmes dans les médias au Maghreb*, <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/214631f.pdf>
- UN Women 2011, *Election Coverage from a Gender Perspective: A Media Monitoring Manual*, <https://www.idea.int/publications/catalogue/election-coverage-gender-perspective-media-monitoring-manual>

Women's Media Centre and She Should Run 2012, *Name it. Change it. Sexism and Equality don't mix. The Women's Media Centre Guide to Gender Neutral Coverage of Women Candidates + Politicians*, http://wmc.3cdn.net/b2d5a7532d50091943_n1m6blavk.pdf

Recursos web adicionales (para sociedad civil y activistas)

Comunicación para la Igualdad: <http://comunicarigualdad.com.ar>

Gender Links: <http://genderlinks.org.za>

Human Rights Watch (LGBT Rights): <https://www.hrw.org/topic/lgbt-rights>

International Association of Women in Radio and Television IAWRT: <https://www.iawrt.org>

Mapping Global Media Policy (gender and media section): <http://www.globalmediapolicy.net/node/849>

Mujeres en Red (Spanish): www.nodo50.org/mujeresred/cyberfeminismo.html

SheSource: www.shesource.org

Who Makes News: www.whomakesthenews.org

Women's Rights Programme of the Association for Progressive Communications: www.genderit.org

APÉNDICES

Apéndice 1: Documentos fundamentales

Comisión de la Condición Jurídica y Social de la Mujer 47. 2003. Participación y Acceso de Mujeres a los Medios de Comunicación. Conclusión acordada. Nueva York: Naciones Unidas. <http://www.un.org/womenwatch/daw/csw/47sess.htm>

Consejo de Europa 2010. Acción contra la violencia contra las mujeres y la violencia doméstica (Convenio de Estambul).

Consejo de Europa 2013. Recomendación del Comité de Ministros para Estados Miembros en materia de Igualdad de género y medios de comunicación (CM/Rec (2013)1).

Consejo de Europa 2017. Recomendación del Comité de Ministros para Estados Miembros en materia de Igualdad de género en el sector audiovisual (CM/Rec(2017)9).

Consejo Europeo 1995. Resolución del Consejo y de los representantes de los Gobiernos sobre el tratamiento de la imagen de las mujeres y de los hombres en la publicidad y en los medios de comunicación (95/C 296/06).

Consejo Europeo 2008. Conclusiones sobre la eliminación de los estereotipos de género en la sociedad.

Consejo Europeo 2013. Conclusiones sobre la promoción del papel de la mujer en la adopción de decisiones en los medios de comunicación.

Federal Communications Commission (Comisión Federal de Telecomunicaciones) 1996. Ley de Telecomunicaciones de 1996.

ITU & UN Women 2015. Plan de Acción para reducir la brecha de género (incluyendo todas las referencias normativas).

Organización de Estados Americanos (OEA) 1995. Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer (Convención de Belém do Pará).

- Organización de Estados Americanos (OEA) 2014. Declaración sobre la Violencia y el Acoso Políticos contra las Mujeres (Declaración de Pachuca).
- Comunidad de Desarrollo de África Austral (SADC por sus siglas en inglés) 2011. Protocolo en materia de género y desarrollo.
- ONU 1975. Informe de la Conferencia Mundial del Año Internacional de la Mujer, Ciudad de México. (Párrafo 19 – Las Mujeres y los Medios de Difusión).
- ONU 1985. Estrategias de Nairobi orientadas hacia el futuro para el adelanto de mujer. Adoptadas por la Conferencia Mundial para revisar y evaluar los logros de la Década de la Mujer de las Naciones Unidas: Igualdad, desarrollo y paz, Nairobi, julio de 1985 (Sección C. tendencias actuales y perspectivas hacia el año 2000).
- ONU Mujeres 1995. Plataforma de Acción. La mujer y los medios de difusión. La Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer de las Naciones Unidas, Beijing, China.
- Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas (Objetivo 3: Igualdad de oportunidades para el hombre y la mujer).
- ONU 2015. ONU Agenda 2030 Objetivos de Desarrollo Sostenible (Objetivo 5: Igualdad de género, Nueva York, marzo de 2015).
- CMSI 2003. Declaración de Principios. Construir la Sociedad de la Información: un desafío global para el nuevo milenio, Ginebra, diciembre de 2003. WSIS-03/ GENEVA/DOC/4-E (Par. 12).
- CMSI 2003. Construir sociedades de la información que atiendan a las necesidades humanas. Declaración de la Sociedad civil a la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información.
- CMSI 2005. Compromiso de Túnez. WSIS-05/TUNIS/DOC/7-E.

Apéndice 2: Recursos disponibles

Una selección de recursos ha sido recopilada para apoyar de forma pertinente el diseño, la elaboración y la implementación del curso modelo.

Nombre del recurso Pertinencia para la propuesta de curso modelo

GSIM Los Indicadores de Género para Medios de Comunicación elaborados por la UNESCO proporcionan un panorama integral de género en los medios de comunicación. Por lo tanto, representan una guía útil para entender los temas de género y medios de comunicación en su complejidad e interacción.

Los GSIM brindan criterios de evaluación que se pueden utilizar en clase para trabajos en grupo o para actividades posteriores de investigación. <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/gender-sensitive-indicators-for-media-framework-of-indicators-to-gauge-gender-sensitivity-in-media-operations-and-content/>

AGEMI Un proyecto internacional financiado por la Unión Europea que funciona en paralelo a la elaboración del curso modelo de UNITWIN. El proyecto busca promover la igualdad de género en los medios de comunicación a través de buenas prácticas compartidas, el desarrollo de actividades de capacitación y el fomento de las relaciones entre los estudiantes de medios de comunicación y periodismo y los practicantes de estos, disponible en: <http://agemi-eu.org>

El AGEMI está produciendo:

- » una serie de materiales educativos abiertamente accesibles en línea (incluyendo video conferencias, entrevistas con expertos, modos interactivos) que reflejan los temas principales identificados en el curso modelo.
- » un banco de recursos de buenas prácticas con respecto al género y los medios de comunicación. Este se puede explorar con los estudiantes y utilizar para llevar a cabo investigación adicional, enriquecida a través de la colaboración entre estudiantes y profesores.
- » una "app" que proporciona acceso móvil a las funciones de "ACT" (siglas en inglés que corresponden a): Evaluar la igualdad de género, desafiar las prácticas desiguales, y transformar a través de iniciativas de defensoría.

Banco de programas La Red UNITWIN ha creado una lista de recursos (con vínculos a sitios web institucionales) de programas relacionados con cursos pertinentes existentes, comenzando por aquellos que han sido mapeados en instituciones participantes.

Con el tiempo, se pueden incluir elementos adicionales para enriquecer el recurso.

Este recurso estará abiertamente disponible en el sitio de la Red para toda persona que desee acceder a ello: <http://www.unitwin.net/>

GAMAG Documentos de posicionamiento Los miembros de la GAMAG han preparado una lista de documentos de posicionamiento por tema en ocasión de la reunión de la CSW 62 de Naciones Unidas que se llevó a cabo en Nueva York en marzo del 2018.

Cada documento incluye comentarios introductorios sobre el tema, evidencia de investigación, y recomendaciones de acción por parte de diferentes actores involucrados.

Todos los documentos estarán disponibles en el sitio de la Red para acceso de todos.

Recursos adicionales para todos los temas

International Association for Media and Communication Research, 2014, *Media and gender: a scholarly agenda for the Global Alliance on Media and Gender*, UNESCO, <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-and-gender-a-scholarly-agenda-for-the-global-alliance-on-media-and-gender>

World Association for Christian Communication (WACC) and the International Federation of Journalists (IFJ) 2011, *Learning Resource Kit for Gender-Ethical Journalism and Media House Policy*, <http://www.ifj.org/nc/news-single-view/browse/weiter/backpid/59/article/wacc-and-ifj-resource-kit-to-strengthen-gender-ethical-journalism>

Public Relations Institute of Australia 2016, *Diversity and Inclusion Policy to tackle gender inequality*, <https://www.pria.com.au/priablog/diversity-and-inclusion-policy-to-tackle-gender-inequity>

International Women's Media Foundation, 2011, *Global Report on the Status of Women in News Media*, International Women's Media Foundation, <https://www.iwmf.org/our-research/global-report>

UNESCO, 2014, *UNESCO Priority Gender Equality Action Plan 2014–2021*, UNESCO, <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002272/227222e.pdf>

UNESCO 2003, *UNESCO's Gender Mainstreaming Implementation Framework: Baseline definitions of key concepts and terms*, <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/BSG/GENDER/PDF/1.%20Baseline%20Definitions%20of%20key%20gender-related%20concepts.pdf>

International Association for Media and Communication Research 2014, *Media and gender: a scholarly agenda for the Global Alliance on Media and Gender*, UNESCO, <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-and-gender-a-scholarly-agenda-for-the-global-alliance-on-media-and-gender/>

Áreas relacionadas: Diversidad

Bahfen, N & Wake, A 2011, 'Creating radio waves: Lessons from a content analysis of diversity in student community radio news', *Australian Journalism Review*, vol. 33, no. 2, pp.113–125

Public Relations Institute of Australia 2016, *Diversity and Inclusion Policy to tackle gender inequity*, <https://www.pria.com.au/priablog/diversity-and-inclusion-policy-to-tackle-gender-inequity>

Managing Diversity, A Guide for Media Managers, World Association of Newspapers and News Publishers [http://www.womeninnews.org/ckfinder/userfiles/files/Managing%20Diversity-A%20Handbook%20\(2018\).pdf](http://www.womeninnews.org/ckfinder/userfiles/files/Managing%20Diversity-A%20Handbook%20(2018).pdf)

COLABORADORES

Lista de autoras y autores de unidades

Aimée Vega Montiel Investigadora y Catedrática del Programa de Investigación Feminista del Centro de Investigación Interdisciplinar en Ciencias Universidad Nacional Autónoma de México, México

Profesora Lisa French Decana, Escuela de Medios y Comunicación <https://orcid.org/0000-0003-2893-9098> Universidad RMIT, Melbourne, Australia

Dr. Mark Poole Profesor de la Facultad de Medios y Comunicación <https://orcid.org/0000-0002-0071-6848> Universidad RMIT, Melbourne, Australia

Claudia Padovani Directora, Centro Interdepartamental de Estudios de Género Universidad de Padova, Italia

Dra. María Soledad Vargas Cátedra, Máster en Comunicación Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile

Dra. María Pilar Bruce Hoyuelos Directora, Escuela de Periodismo Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile

Profesora Carolyn M Byerly Cátedra, Departamento de Estudios de Comunicación, Cultura y Medios Universidad de Howard, Estados Unidos

Profesor asistente Melisew Dejene PhD Fellow in Development Studies Institute of Policy and Development Research (IPDR) Universidad de Hawassa, Etiopía

Dr. Edgar Vega Suriaga Coordinador Académico Maestría en Estudios de Recepción Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador

Profesora Mira K Desai Directora, Departamento de Extensión Educativa de la Universidad y Coordinadora - International Cell Universidad de Mujeres SNDT, Mumbai, India

Profesora Patricia Núñez- Gómez Cátedra, Departamento de Ciencias Aplicadas de la Comunicación Universidad Complutense, Madrid, España

Profesor Titular Francisco A Zurian Director del Grupo de Investigación GECA [Género, Estética y Cultura Audiovisual] Universidad Complutense, Madrid, España

Profesor Ayudante Francisco José García-Ramos, Grupo de Investigación
GECA Universidad Complutense, Madrid, España

Dra. Aída Mencía-Ripley Decana de Investigación y Especialista en Seguimiento
y Evaluación Read Project Universidad Iberoamericana de República
Dominicana (UNIBE)

Profesor Solangel Díaz Universidad Iberoamericana de República Dominicana
(UNIBE)

Lista de dictaminadores

Julie Posetti, Investigador senior en RISJ, Universidad de Oxford. Liderando el
Proyecto de Innovación en Periodismo

Elsbeth McOmish, Especialista de programas, División de Igualdad de Género,
UNESCO.

Agradecimientos

Los autores de la unidad agradecen a los miembros de sus universidades que ayudaron en el desarrollo de este currículo al participar en una encuesta titulada: Mapeo de estrategias educativas para crear currículos de periodismo, medios de comunicación y TIC sensibles al género.

La encuesta trazó un mapa de cursos, programas y títulos que incluyen o promueven la igualdad de género en los medios y las TIC. La encuesta estableció las ofertas de planes de estudios existentes en la red UNITWIN y trazó las mejores prácticas.

Los participantes de la encuesta fueron:

De Australia:

Tito Ambyo, Daniel Binns, Leena van Deventer, Kieran Doolan, Kerin Elsum, Lisa French, Phil Kafcalouides, Alexia Kannas, Rebekha Naim, Mark Poole, Michelle Aung Thin, Rebecca Young, Josie Vine, and Alexandra Wake. Plus also in the workshop Fiona Egger, Ella Hyatt, Melissa Robertson, Joseph Costigan, Russell Skelton, Mischa Barr, Gabrielle Murray, Devi Mallal, Mary Pettigrove, Sushi Das, Vicki Saray, and John Molden.

De Chile:

Rodrigo Araya, María Soledad Vargas Carrillo, Bruce Hoyuelos, Daniela Lazcano Peña, and María Pilar

De República Dominicana:

Solangel (Angie) Diaz, Aida Mencia Ripley

Del Ecuador:

María de Lourdes Lopez, Edgar Vega Suriaga Jenny Pontón, and Cruz Tornay.

De Etiopía:

Tilahun Cherie Chekol, Yaregal Mekuriaw Getaneh, Yaregal Mekuriaw, Engdawork Tadesse, Endalkachew Teshome, Wolelaw Eshetu Tiruneh, Bereket Wondimu Wolde, and Hailemeskel Zewdie

De la India:

Anita N Chaware, Mira K Desai, Ganesh Magar, Rajni Nair, Shikha Nema, and Sanjay Shitole

De Italia:

Simonetta Ausoni, Silvana Badaloni, Irene Barbiera, Franca Bimbi, Maria Carla Bertolo, Maria Rosaria Cadinu, Sergio Canazza, Antonella Cancellier, Paolo Carrubba, Raffaele Cavalli, Alberta Contarello, Paola Degani, Ambrogio Fassina, Bruna Giacomini, Marcello Ghilardi, Luca Illetterati, Annalisa Oboe, Roberto Oboe, Claudia Padovani, Dagmar Winkler Pegoraro, Annunziata Lapolla, Maria Cristina La Rocca, Perini Lorenza, Angelica Moè, Giorgia Nesti, Antonio Rodà, Anna Scacchi, Marco Scarcelli, Alessandro Sona, Carlotta Sorba, Caterina Suitner, Ines Testoni, Tania Toffanin, and Luca Trappolin

De México:

Alethia Fernandez de la Reguera Ahedo, Carola García Calderón, Elvira Hernandez Carballido, Nelly Lucero Lara Chávez, Marcela Gabioud, Monica Susana Amilpas Garcia, Adina Del Carmen Barrera Hernandez, Alicia Layla Sánchez Kuri, Carolina

Pacheco Luna, Monica Maureira, Medley Aimée Vega Montiel, Cirenía Celestino Ortega, Diana Marengo Sandoval, Josefina Hernández Téllez, Elsa L Angeles Vera

De España:

Ana Jorge Alonso, Margarita Ledo Andi6n, Isabel Tajahuerce ngel, Carmen Arocena, Asunci6n L6pez-Varela Azcárate, Rebeca Sanmartín Bastida, Mar Chicharro, Rosa Franquet, Francisco Javier Frutos, Virginia Guarinos, Carolina Lorenzo, Alejandro Melero, María Isabel Menéndez Menéndez, Marta Fernandez Morales, Sonia Nunez Puente, Alejandra Hernandez Ruiz, Virginia Villaplana Ruiz, Alba-Maria Martinez-Sala, Maria-Teresa Riquelme-Quionero, Iolanda Tortajada, and Rosa Maria Torres Valdes

De los Estados Unidos:

Carolyn M Byerly, Emily Cramer, Jay Lucker, Abbas Malek, Yong Jin Park, Indira Somani, and Wei Sun

Gracias a Julie Stafford por su asistencia en la edici6n de copias.

BIBLIOGRAFÍA AMPLIADA

- Albarran, A 2010, *Management of electronic media*, Wadsworth Cengage Learning, Boston
- Agustin, LR 2013 *Gender equality intersectionality and diversity in Europe*. New York: Palgrave: New York
- APC and HIVOS 2013, *Women's rights, gender and ICT*, Global Information Society Watch, <https://www.apc.org/en/pubs/global-information-society-watch-2013-womens-right> (Consultado el 5 de Octubre de 2018)
- Bauer, Q J & Gruber, S 2008, 'Balancing and optimising gender mainstreaming at German universities', mainstreaming' in S Grenz, B Kortendiek, M Kriszio & A Lothar (eds), *Gender equality programmes in higher education*, VS Verl. für Sozialwiss, Wiesbaden, Germany, pp.119 – 135
- Berger, J 1972 *Ways of Seeing*. Penguin: London
- Bishop- Sambrook, C 2000, 'The logical framework as a tool for gender mainstreaming in university', *Gender and Education*, vol. 12, no. 2, pp. 239 – 247
- Bordo, S 1997 'The body and the reproduction of Femininity', in *Writing on the Body*. Convooy et al. eds. Columbia University Press: New York
- Borzello, F et al. 1985 'Living Dolls and 'Real Women' in Kuhn, A (ed.) *The Power of the Image; Essays on Representation and Sexuality*. Routledge: London
- Boyd, A Stewart, P Alexander, R 2008 *Broadcast Journalism. Techniques of Radio and Television News* 6th ed. Taylor and Francis: UK
- Braidotti, R 2011 *Nomadic Subjects. Embodiment and Sexual Difference in Contemporary Feminist Theory* (2nd ed.) Columbia University Press: New York
- Broadband Commission (Working group on broadband and gender) 2013, *Doubling digital opportunities enhancing the inclusion of women and girls in the information society*, ITU Unesco, <http://www.broadbandcommission.org/documents/working-groups/bb-doubling-digital-2013.pdf> (Consultado el 5 de Octubre de 2018)
- Burwell, J 1997 *Notes on Nowhere: Feminism, Utopian Logic, and Social Transformation*. University of Minnesota Press: Minnesota
- Byerly, C 2012 'The geography of women and media scholarship' in K. Ross (ed.) *Handbook of Gender, Sex and Media*, Wiley Blackwell:UK pp 3 - 19

- Callaghan, D Helms, L & Jyotsna, S 1994 *The Weyward Sisters: Shakespeare and Feminist Politics*. Blackwell Publishing: UK
- Callahan, V 2013, 'Toward networked feminist scholarship: mindful media, participatory learning and distributed authorship in the digital economy', *Cinema Journal*, vol. 53, no. 1, pp.156 – 163
- Calliy Udofia (ed.) 1987 *Hand Book for African Journalists*. (By 15 Leaders in African Journalism) 2nd ed. World Press Freedom Committee
- Calvo, K 2010 'Reconocimiento, Ciudadanía y Políticas Públicas hacia las Uniones Homosexuales en Europa', *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 129: 37-59.
- Calvo, K. 2013 'Antes de que fuéramos familias: Mordazas, homosexualidad y debates en España, 1978-1995' en 'Las minorías sexuales en España (1970-1995): discursos, textos y representaciones', Rafael Mérida, ed. Barcelona: Icaria (27-47)
- Calvo, K 2013 'Fighting for a Voice: the Spanish 15-M/Indignados Movement in Spain' en *Understanding European Movements: New Social Movements, Global Justice Struggles, Anti-Austerity Protest*. Laurence Cox and Cristina Flesher Fominaya, eds. Londres: Routledge (pp 236 - 253)
- Calvo, K 2014 'Post-Marriage LGBT Politics in Spain', *Reviews and Critical Commentary Available in <http://councilforeuropeanstudies.org/critcom/post-marriage-lgbt-politics-in-spain/>* (Consultado el 5 de Octubre de 2018)
- Calvo, K 2014 'Sexual Movements Without Sex? Sex-Talk in the Spanish Gay Liberation Movement', en *Hispanic (LGT) Masculinities in Transition*. Rafael Mérida, ed. Nueva York y Berlín, Peter Lang (pp 13 - 30)
- Calvo, K 2014 *Gendering Citizenship: Family Change, Political Culture and Gender Equality Policies in Spain*. Feminismos
- Calvo, K Pichardo, J.I 2011 "Sexualities Transformed? Inside Visions of Sexual, Social and Political Change in Spain." Edition of Special Issue, *Sexualities: Studies in Culture and Society* 14(5)
- Calvo, K & Trujillo, G 2011 'Fighting for love rights: Demands and strategies of the LGBT movement in Spain', *Sexualities: Studies in Culture and Society* 14(5): 562-580
- Cameron, S 2003 'The political economy of gender disparity in musical markets'. *Cambridge Journal of Economics*, 27 (6), 905-917
- Carlin, D 1992 *Cather, Canon, and the Politics of Reading*. University of Massachusetts Press: Amherst

- Carter, C, Steiner, L & McLaughlin, L (eds) 2013, 'Introduction: re-imagining media and gender', in *Routledge Companion to Media and Gender*, Routledge: New York, pp 1–21.
- Chadwick, W 1996 *Women, Art and Society*. Thames and Hudson: London
- Chaher, S (ed) 2014, *Public policies on communication and gender in Latin America: the path ahead of us*, Comunicación para la Igualdad : Defensoría del Público , Buenos Aires (English text: pp 98-192).
- Collins, P 1998 'It's All in the Family: Intersections of Gender, Race, and Nation' *Hypatia*, 13 [3]; 62–82
- Council of Europe CoE 2014, *Gender equality and the media at national level: compilation of good practices from member states*, Council of Europe, Strasbourg <https://rm.coe.int/1680590557> (Consultado el 5 de Octubre de 2018)
- Council of Europe CoE 2015, *Handbook on the implementation of Recommendation M/Rec(2013)1 of the Committee of Ministers of the Council of Europe on gender equality and media*, Council of Europe, Strasbourg
- Crosby, FJ, Iyer, A, & Sincharoen, S 2006, 'Understanding affirmative action', *Annu. Rev. Psychol.*, no. 57, pp.585- 611
- Davies, J and Smith, C 2000 *Gender, Ethnicity and Sexuality in Contemporary American Film*. Routledge: London
- Doria, A 2015, *Women's rights, gender and Internet governance*, APC Issue Papers, <https://www.apc.org/en/news/new-issue-paper-women%E2%80%99s-rights-gender-and-internet-governance>
- Edstrom, M & Molster, R (eds.) 2014, *Making change: Nordic examples of working towards gender equality in the media*, Nordicom: Gothenburg
- Edwards, A 2011 *Violence against Women under International Human Rights Law*. Cambridge: Cambridge University Press
- Erens, Patricia. 1990 *Issues in Feminist Film Criticism*. Bloomington and Indianapolis: Bloomington
- European Institute for Gender Equality 2014, *Women and the media: methods, tools and good practices: gender equality training*, European Institute for Gender Equality, http://eige.europa.eu/rdc/library/resource/aleph_eige000005844 (Consultado el 5 de Octubre de 2018)

- European Institute for Gender Equality 2016, *Gender equality training: gender mainstreaming toolkit*, European Institute for Gender Equality, <http://eige.europa.eu/rdc/eige-publications/gender-equality-training-gender-mainstreaming-toolkit> (Consultado el 5 de Octubre de 2018)
- European Institute for Gender Equality 2017, *What is gender mainstreaming?*, European Institute for Gender Equality, <http://eige.europa.eu/rdc/eige-publications/what-gender-mainstreaming> (Consultado el 5 de Octubre de 2018)
- European Institute for Gender Equality EIGE 2013, *Advancing gender equality in decision-making in media organizations: review of the implementation of the Beijing Platform for Action in the EU Member States, Women and the Media*, <http://eige.europa.eu/rdc/eige-publications/advancing-gender-equality-decision-making-media-organisations-report> (Consultado el 5 de Octubre de 2018)
- Fabe, Marylin. 2004 *Closely Watched Films. Of Narrative Film Technique*. Berkeley: University of California Press
- Fields, A.W & Shelton, AL 2006,' Individual skill differences and large-scale environmental learning', *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, vol.32, no. 3, pp 506 - 515.
- Freedman, J 2015 *Gendering the international asylum and refugee debate*. Palgrave: New York
- Freire, Paulo. 1971 *Pedagogy of the Oppressed*, Seabury Press: New York
- French L 2018,'Women documentary filmmakers as transnational "advocate change agents"', *Interdisciplina Journal*, <http://www.revistas.unam.mx/index.php/inter> (Consultado el 5 de Octubre de 2018)
- French, L 2014, 'Gender then, gender now: surveying women's participation in Australian film and television industries', *Continuum: Journal of Media and Cultural Studies*, Vol. 28, Issue 2, pp 188-200. <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10304312.2014.888040> (Consultado el 5 de Octubre de 2018)
- French, L 2015, 'Does Gender Matter?' *Lumina: Australian Journal of Screen Arts and Business*, No. 14, pp 139-153 https://www.academia.edu/37090294/DOES_GENDER_MATTER_WOMEN_AND_AUSTRALIAN_FILM_AND_TELEVISION_NOW (Consultado el 5 de Octubre de 2018)

- French, L 2015, 'Media literacies for empowering females and reducing gender inequalities' in *Media in Support of Sustainable Development and a Culture of Peace*, UNESCO, Jakarta, , pp 34-38. Available in hard copy an online at: <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002329/232923e.pdf> (Consultado el 5 de Octubre de 2018)
- Friesem, E 2016, 'Drawing on media studies, gender studies, and media literacy education to develop an interdisciplinary approach to media and gender classes', *Journal of Communication Inquiry*, vol. 40, no. 4, pp. 370 – 390
- Gallagher, A.T. 2010 *The International Law of Human Trafficking*. New York: Cambridge University Press
- Gallagher, M 2008, 'Feminist issues in the global media system' in Leslie Shade & K. Sarikakis (eds) *Feminist Interventions in International Communication: minding the gap*, Rowman and Littlefield, Lanham.
- Gallagher, M 2011, 'Gender and communication policy: struggling for space', in R. Mansell and M. Raboy (eds) *The handbook of global media and communication policy*, Wiley-Blackwell, Oxford.
- Gergen, M.M.& Davis S.N. 1997 *Toward a new psychology of gender. A reader*. Routledge: New York
- Gergen, M.M & Gergen, K.. 2012 *Playing with Purpose: Adventures in Performative Social Science (Writing Lives: Ethnographic Narratives)*. <http://works.swarthmore.edu/fac-psychology/900>
- Gertseema, M (2014) 'Gender mainstreaming in media and journalism education', in Vega Montiel, A. *Gender and Media: A Scholarly Agenda for the Global Alliance on Media and Gender*. Paris: UNESCO / IAMCR. pp. 70-73.
- Giles H 1993, *News room management*, Media Management Books, Detroit.
- Wicks, J. L et. Al 2016, *Media management: a casebook approach*, Routledge, New York
- Global Media Monitoring Project - GMMP 2015, *Global Media Monitoring Project -global report: International Federation of Journalists IFJ (2009) Getting the balance right: gender equality in journalism*, IFJ, Brussels
- Golombisky, K 2002, 'Gender equity and mass communication's female student majority', *Journalism & Mass Communication Educator*, vol. 56, iss. 4, pp. 53 – 66

- Gottfried, J & Shearer, E 2016, *News Use Across Social Media Platforms 2016*, Pew Research Center, <http://www.journalism.org/2016/05/26/news-use-across-social-media-platforms-2016> (Consultado el 5 de Octubre de 2018)
- Grant, C and Kuhn, A eds. 2006 *Screening World Cinema*. Routledge: London
- Greene, Gayle. 1991 *Changing the Story: Feminist Fiction and the Tradition*, Indiana University Press: Indiana
- Grenz, S., Kortendiek, B., Kriszio, M. & Lothar, A. 2008, 'Gender equality programmes: recommendations of the 5th European Conference on Gender Equality in Higher Education 2007 at Humboldt-Universität zu Berlin' mainstreaming' in S Grenz, B Kortendiek, M Kriszio & A Lothar (eds), *Gender equality programmes in higher education*, VS Verl. für Sozialwiss, Wiesbaden, Germany, pp.209 – 211
- Griffin, E. 2006 *A First Look at Communication Theory*. McGraw Hill: New York
- Gurumurthy, A 2004, *Gender and ICTs*, Bridge, <http://www.bridge.ids.ac.uk/sites/bridge.ids.ac.uk/files/reports/CEP-ICTs-OR.pdf> (Consultado el 5 de Octubre de 2018)
- Gurumurthy, A, Singh, P, Mundkur, A & Swamy, M. (eds.) 2006, *Gender in the information society: emerging issues*, UNDP-APDIP ICT4D Series, Bangkok
- Halpern, DF 2012, *Sex differences in cognitive abilities*, (4th edn.), Psychology Press: NY
- Hannan, C 2003, 'Gender mainstreaming: some experiences from the United Nations', *Gender mainstreaming – A way towards equality Conference*, Swiss Agency for Development and Cooperation, Berne, 20 June, http://www.un.org/womenwatch/daw/news/speech2003/SwissGM_20Jun2003.pdf (Consultado el 5 de Octubre de 2018)
- Haraway, D 2012 'The Persistence of Vision' in Mirzoeff, N (ed.) *The Visual Culture Reader* (3rd ed.) Routledge: London
- Holmes, A, Fox, AB, Wieder, B, Zubak-Skees, C 2016, *Rich people have access to high-speed Internet; many poor people still don't*, The Centre for Public Integrity, <https://www.publicintegrity.org/2016/05/12/19659/rich-people-have-access-high-speed-internet-many-poor-people-still-dont> (Consultado el 5 de Octubre de 2018)
- Hyde, JS 2014, 'Gender similarities and differences', *Annual Review of Psychology*, vol. 65, no.1, pp 373-398.

- International Association for Media and Communication Research 2014, *Media and gender: a scholarly agenda for the Global Alliance on Media and Gender*, UNESCO, <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-and-gender-a-scholarly-agenda-for-the-global-alliance-on-media-and-gender/> (Consultado el 5 de Octubre de 2018)
- International Women's Media Foundation IWMF 2011, *Global Report on the Status of Women in News Media*, <http://www.iwmf.org/our-research/iwmf-global-report/> (Consultado el 5 de Octubre de 2018)
- ITU & Un Women 2015, *Action Plan to Close the Digital Gender Gap* <https://www.itu.int/en/action/gender-equality/Documents/ActionPlan.pdf> (Consultado el 5 de Octubre de 2018)
- Jenkins, Henry, et al. 2006 *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Chicago: The MacArthur Foundation
- Jenkins, H 2008 *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. NYU Press: New York
- Jensen, H 2003 and 2005, 'Gender equality and the multistakeholder approach: WSIS as best practices?' in Drossou O. and Jensen, H. (eds). *Visions in process II: The World Summit on the Information Society 2003-2005*, Heinrich Boll Foundation: Berlin, pp 53-61.
- Jost, JT, Banaji, MR, & Nosek, BA 2004, 'A decade of system justification theory: accumulated evidence of conscious and unconscious bolstering of the status quo', *Political Psychology*, vol.25 no. 6, pp 881-919.
- Kaplan, A (ed) 2000 *Feminism and Film: Oxford readings in Feminism*. Oxford: Oxford UP
- Kaplan, A 1983 *Women and Film. Both Sides of the Camera*. Oxon: Methuen.
- Keele, UP & Davis-Kimball, J & Behan, M 2003. *Warrior Women: An Archaeologist's Search for History's Hidden Heroines*. New York: Warner Books
- Kondra, X 2015 Gender and video games: How is female gender generally represented in various genres of video games?. *Journal of Comparative Research in Antropology and Sociology*. Volume 6 (1). 171-193
- Krueger F 2005, *Black, white and grey. Ethics in South African Journalism*, Lansdowne: London
- Kuhn, A 1982 *Women's Pictures: Feminism and Cinema*. London: Routledge

- Kuhn, A 1985 *The Power of the Image. Essays on Representation and Sexuality*. Oxford: Routledge
- Lacey, Nick. 1998 *Image and Representation. Key Concepts in Media Studies*. New York: St. Martin's
- Lanson, G & Stephens, M 1994 *Writing and Reporting the News*. (2nd ed.) Oxford University Press: UK
- Laughey, D. 2007 *Key Themes in Media Theory*. New York McGraw-Hill.
- Lauret, Maria. 1994 *Liberating Literature: Feminist Fiction in America*. Routledge: New York
- Lawton, C A, Chrisler, JC, & McCreary, DR 2010, 'Gender, spatial abilities, and wayfinding' in JC Chrisler, & DR McCreary (Eds.), *Handbook of Gender Research in Psychology*, pp 317-341. Springer: New York
- Lawton, CA 1994, 'Gender differences in way-finding strategies: relationship to spatial ability and spatial anxiety', *Sex Roles*, vol. 30, nos. 11- 12, pp 765-779.
- Le Jan, R 1995, *Famille et pouvoir dans le Haut Moyen Age*, Paris
- Levine, SC, Foley, A, Lourenco, S, Ehrich, S & Ratliff, K 2016, 'Sex differences in spatial cognition: advancing the conversation'. *Wiley Interdisciplinary Review Cognitive Science*, vol.7, pp 127-55.
- Littlejohn, S 2002 *Theories of Human Communication*. USA: Wadsworth Group
- Lourenco, ME 2016, 'Gender equality in media content and operations: articulating academic studies and policy – a presentation', *Studies in Higher Education*, vol. 41, no.5, pp. 927 – 931
- Maass, A, Suitner, C & Merkel, E 2013, 'Does political correctness make (social) sense?' in JP Forgas, O Vincze, and J Laszlo (eds), *Social cognition and communication*, Psychology Press, New York, pp.331-346.
- Made, P.A. (2009) *Gender in media education: An audit of Gender in Journalism & Media Education and Training*. Johannesburg: Gender Links <http://genderlinks.org.za/shop/gender-in-media-education-an-audit-of-gender-in-journalism-media-education-and-training/> (Accessed 5 October 2018)
- Mainon, D & Ursini, J 2006 *The Modern Amazons: Warrior Women on Screen*, Limelight: New York
- Matthews, R 2008 *Prostitution, Politics and Policy*. Routledge: New York
- Mayne, Judith 1993 *Cinema and Spectatorship*. Routledge: London

- Mcleish Robert 1999 Radio Production. A manual for Broadcasters (4th ed.) Focal Press: UK
- Mencía-Ripley, A. Schwartz, J. & Brondolo, E, 2015 Gender identity, interpersonal interactions, and ambulatory blood pressure. *Interamerican Psychology Journal* 49(2), 261-271.
- Meneghetti, C, Zancada-Menendez, C, Lopez, L, Sampedro-Piquero, P, Martinelli, M, Ronconi, L& Rossi, B 2016, 'Navigation and individual differences: The role of visuo-spatial abilities and working memory', *Learning and Individual Differences*, vol. 49, pp 314-322.
- Montefiore, Jan. 1994 *Feminism and Poetry. Language, Experience, Identity in Women's Writing*. Pandora: London
- Morley, L 2007, 'Sister-matic: gender mainstreaming in higher education', *Teaching in Higher Education*, vol.12, nos. 5-6, pp.607 – 620.
- Morna, CL & Shilongo, P 2004, 'Mainstreaming gender into media education', *ECQUID NOVI*, vol. 25, no. 1, pp. 133-137.
- Mulvey, L 1989 "Afterthoughts on 'Visual Pleasure and Narrative Cinema' inspired by King Vidor's *Duel in the Sun* (1946)". In Laura Mulvey, 1989 *Visual and Other Pleasures*, Indiana University Press: Bloomington, pp 29-38
- Mulvey, L 1975 'Visual Pleasure and Narrative Cinema'. In *Movies and Methods. Vol. III: An Anthology*. Ed. B. Nichols. The University of California: Berkeley, pp 303-15
- Munt, S 1994 *Murder By the Book? Feminism and the Crime Novel*. Routledge: London
- North, L 2015, 'The currency of gender: student and Institutional responses to the first gender unit in an Australian journalism program', *Journalism & Mass Communication Educator*, vol. 70 no. 2, pp.174 – 186.
- North, L. (2010) 'The Gender "Problem" in Australia Journalism Education' (December 4). Available at SSRN: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2015844 (Accessed 5 October 2018)
- O'Donnell, P 2006, 'Journalism students and intergenerational change in journalism', *Australian Journalism Review*, vol. 28 no. 1 pp. 23 – 42
- Padovani, C 2018 'Gendering media policy research and communication governance', *The Public Journal of the European Institute for Communication and Culture*, vol 25, iss.1-2, pp. 256-64. <http://dx.doi.org/10.1080/13183222.2018.1423941>

- Padovani C. 2014, 'Speaking truth to power about gender and communication: International and regional policy developments towards Beijing+20', *Feminist Media Studies*, vol. 14, no. 2
- Padovani, C & Shade L (eds.) 2016, Special issue: 'Gendering global media policy: critical perspectives on "digital agendas"', *Journal of Information Policy*, <https://www.jstor.org/stable/10.5325/jinfopoli.6.issue-2016> (Accessed 5 October 2018)
- Padovani, C 2014, 'Gaps in media and communication governance: towards a gender-aware research and advocacy agenda', in A. Vega Montiel (ed), *Media and gender: a scholarly agenda for the global alliance on media and gender*, Unesco Press, Paris;, Ebook available at: <http://iamcr.org/publications/special/media-and-gender> (Accessed 5 October 2018)
- Padovani, C 2016, 'Gendering the European digital agenda: the challenge of gender mainstreaming twenty years after the Beijing World Conference on Women', *Journal of Information Policy*, vol. 6, pp.403 - 435
- Padovani, C. & Pavan, E 2016, 'Global governance of ICT: exploring online governance networks around gender and media', *Global Networks*, vol. 16, iss.3 pp 350 -371.
- Park, YJ 2015, 'Do men and women differ in privacy? Gendered privacy and (in) equality in the Internet', *Computers in Human Behavior*, no. 50, pp.252-258.
- Paseka A 2008, 'Political will is not enough :results from the evaluation of a pilot scheme for implementing gender mainstreaming' in S Grenz, B Kortendiek, M Kriszjo & A Lothar (eds), *Gender equality programmes in higher education*, VS Verl. für Sozialwiss, Wiesbaden, Germany, pp. 137 - 151.
- Perreault, J 1995 *Writing Selves: Contemporary Feminist Autography*. University of Minnesota Press: Minnesota
- Place, J 1999 "Women in Film Noir". In *Women in Film Noir*. Kaplan, A (ed.) London: BF.
- Pollock, Griselda 1988 *Vision and Difference. Femininity, Feminism and the Histories of Art*. Routledge: London
- Public Relations Institute of Australia (2016) *Diversity and Inclusion Policy to tackle gender inequality*. Available at: <https://www.pria.com.au/priablog/diversity-and-inclusion-policy-to-tackle-gender-inequity> (Accessed 5 October 2018)
- Rabe, L 2004, 'Media education and training: towards en-gendered newsrooms', *ECQUID NOVI*, vol. 25 no. 1, pp. 138-146.

- Radner, H & Stringer, R 2011 *Feminism at the Movies. Understanding Gender in Contemporary Popular Cinema*. Routledge: New York
- Ray, V 2003 *The Television News Hand Book. An insider's guide to Being a Great Broadcast Journalist*, Macmillan: London
- Reilly, N 2009 *Women's Human Rights*, Polity Press: Cambridge
- Rich, C 2003 *Writing and Reporting News. A Coaching Method* 4th ed. Boston: Cengage Learning
- Ross, K & Padovani, C (eds.) 2016, *Gender Equality in the Media: A Challenge for Europe*, Routledge: New York
- Ross, K. (2013) 'Gender and media: a very short herstory', in Simonson, P & Peck, J & Craig, R & Jackson, JP (eds.) *Handbook of Communication History*, Routledge: New York, pp 347-360.
- Rush, RR, Oukrop, CE & Creedon, PJ (eds.) 2004, *Seeking equity for women in journalism and mass communication education: a 30 year update*, Lawrence Erlbaum, New Jersey
- Sakelliou-Schultz, Liana. 1994 *Feminist Criticism of American Women Poets: An Annotated Bibliography, 1975-1993*. Garland: New York
- Sarikakis, K & Shade, L 2008, 'Revisiting international communication: approach of the curious feminist', in K Sarikakis, K & L Shade (eds), *Feminist Interventions in International Communication*, Rowman & Littlefield: Lanham
- Sarikakis, K. & E. T. Nguyen (2009) 'The trouble with gender: media policy and gender mainstreaming in the European Union', *Journal of European Integration*, vol.31, no. 2, pp 201- 216.
- Schmader, T, & Hall, W M 2014, 'Stereotype threat in school and at work: putting science into practice', *Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences*, vol. 1, no.1. pp 30-37.
- Schneider, Rebecca. 1997 *The Explicit Body in Performance*. London: Routledge
- Screen Australia 2018, Code of Conduct to Prevent Sexual Harassment <https://www.screenaustralia.gov.au/sa/screen-news/2018/04-03-code-of-conduct-to-prevent-sexual-harassment> (Consultado el 5 de Octubre de 2018)
- Scott JW 1986, 'Gender: a useful category for historical analysis', *American Historical Review*, vol. 91, pp 1053-1075.

- Szczesny, S, Formanowicz, M, & Moser, F 2016, 'Can gender-fair language reduce gender stereotyping and discrimination?', in *Frontiers in Psychology*, vol.7, 25
- Shohat, E & Robert S 1994 *Multiculturalism and the Media*. Routledge: London
- Silverman, K 1983 *The Subject of Semiotics*. Oxford UP: Oxford
- Singley, C J. & Sweeney, SE (eds.) 1993 *Anxious Power: Reading, Writing, and Ambivalence in Narrative by Women*. SUNY Press: New York
- Smelik, Aneke. 2001 *And the Mirror Cracked. Feminist Cinema and Film Theory*. Antony Rowe: Chippenham
- Smith, Sidonie and Watson, Julia eds. 1992 *De/Colonizing the Subject: The Politics of Gender in Women's Autobiography*. University of Minnesota Press
- Spencer, SJ, Logel, C, & Davies, PG 2016, 'Stereotype threat', *Annual review of psychology*, vol.67, pp 415-43.
- Stam, Robert, et al. 1999 *Nuevos conceptos de la teoría del cine*. Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós Comunicación
- Stapels, N et al 2016 *The Wiley Blackwell Encyclopedia of Gender and Sexuality Studies*. Wiley Blackwell: Malden
- Stokes, J 2003 *How to Do Media and Cultural Studies*. SAGE: Los Angeles
- Stone, R 2015, *Morality and masculinity in the Carolingian empire*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Sugiman T., Gergen K. J., Wagner W. & Yamada Y. 2008 *Meaning in action. Constructions, narratives and social representations*. Springer: New York
- Sutton, R M 2010, 'The creative power of language in social cognition and intergroup relations' in H Giles, S Reid, & J Harwood (Eds.), *Dynamics of intergroup communication* Peter Lang: New York, pp 105-115.
- Thornham, Sue 2012 *What if I Had Been the Hero? Investigating Women's Cinema*. Palgrave MacMillan/BFI: London
- True, J, 2012 *The Political Economy of Violence Against Women*. Oxford University Press: Oxford
- UNHCHR 2010 'Recommended Principles and Guidelines on Human Rights and Human Trafficking.' *Commentary*, New York and Geneva: <http://www.ohchr.org/Documents/Publications/Commen>

- United Nations. Office of the Special Advisor on gender issues and Advancement of Women 2002, *Gender mainstreaming: an overview*, United Nations, <http://www.un.org/womenwatch/osagi/pdf/e65237.pdf> (Accessed 5 October 2018)
- Unterhalter, E & North, A 2010, 'Assessing gender mainstreaming in the education sector: depoliticised technique or a step towards women's rights and gender equality?', *Compare*, vol. 40, no. 4, pp. 389 – 404
- UN Women n.d., *Concepts and Definitions* <http://www.un.org/womenwatch/osagi/conceptsanddefinitions.htm> (Accessed 5 October 2018)
- UNESCO n.d., Education and Gender Equality <https://en.unesco.org/themes/women-and-girls-education> (Accessed 5 October 2018)
- UNESCO 2012, *Gender-sensitive indicators for media: Framework of indicators to gauge gender sensitivity in media operations and content*, <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/gender-sensitive-indicators-for-media-framework-of-indicators-to-gauge-gender-sensitivity-in-media-operations-and-content/> (Accessed 5 October 2018)
- UNESCO 2014, *UNESCO Priority Gender Equality Action Plan 2014 – 2021*, UNESCO, <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002272/227222e.pdf> (Accessed 5 October 2018)
- UNESCO 2003, *UNESCO's Gender Mainstreaming Implementation Framework: Baseline definitions of key concepts and terms*, <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/BSG/GENDER/PDF/1.%20Baseline%20Definitions%20of%20key%20gender-related%20concepts.pdf> (Accessed 5 October 2018)
- Vega Montiel, A, *Igualdad de Género y Comunicación y TIC* [Forum Gender Equality and Communication], Cuadernos de la Coordinación de Humanidades Universidad Nacional Autónoma de México, 2018
- Verdonk, P, Benschop, YWM, De Haes, JCJM & Lagro-Janssen, ALM 2008, 'Making a gender difference: case studies of gender mainstreaming in medical education', *Medical Teacher*, vol. 30 no. 7, pp. 194 – 201
- WACC & IFJ 2014, *Resource kit for gender ethical journalism and media house policy : Book 1 conceptual issues* <http://whomakesthenews.org/articles/learning-resource-kit-for-gender-ethical-journalism> (Accessed 5 October 2018)

Women in Media n.d., *Mates over merit? The Women in Media report- a study of gender differences in Australian media*, Women in Media http://www.womeninmedia.net/wp-content/uploads/2017/10/Mates-Over-Merit_full-report.pdf (Accessed 5 October 2018)

World Association for Christian Communication (WACC) and the International Federation of Journalists (IFJ) (2011) Learning Resource Kit for Gender-Ethical Journalism and Media House Policy. <http://www.ifj.org/nc/news-single-view/browse/weiter/backpid/59/article/wacc-and-ifj-resource-kit-to-strengthen-gender-ethical-journalism> (Accessed 5 October 2018)

Yang H 2016, 'Transforming concepts into practices: mainstreaming gender in higher education', *Asian Journal of Women's Studies*, vol.22, no. 4, pp. 392 – 413

La educación superior tiene que lidiar con cambios intensos en las tecnologías de la comunicación, géneros y modelos comerciales, y con continuidades obstinadas en las desigualdades de género.

Esta publicación ayuda a navegar y transformar el enigma. Proporciona siete módulos estructurados y prácticos, y un tesoro de enlaces a más recursos.

El contenido del libro, que abarca desde cuestiones de representación hasta promoción, e incluye un prefacio de Margaret Gallagher, puede empoderar a sus lectores para promover la igualdad de género en las comunicaciones y a través de ellas.



Reino de los Países Bajos



PIDC PROGRAMA INTERNACIONAL
PARA EL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN



9 789233 001534