

Informe Beijing+25 Uruguay

Informe nacional elaborado para GAMAG América Latina, con motivo de la Comisión para la Condición Jurídica y Social de la Mujer (CSW) a realizarse en marzo de 2020 en Nueva York.

1) Estructura laboral de las empresas de medios (cantidad de personas que trabajan en las mismas de acuerdo a su identidad de género, puestos que ocupan, temas a los que se dedican, etc).

Dentro de las estructuras jerárquicas de los medios de comunicación uruguayos, los hombres continúan ocupando la gran mayoría –sino todos- los cargos directivos. A modo de ejemplos:

- de los nueve consejeros de la Asociación Nacional de Broadcasters del Uruguay (ANDEBU) todos son varones

- de las nueve personas que integran el Consejo Directivo de la Organización de Prensa del Interior (OPI), sólo dos son mujeres que hacen de vocales

El llamado techo de cristal que corona los espacios de poder y de toma de decisiones, también afecta negativamente a las mujeres periodistas, comunicadoras y trabajadoras de los medios. Esta realidad fue constatada ya en 2012, en el primer y único estudio realizado sobre “Las condiciones del ejercicio profesional de mujeres y hombres en los medios de comunicación”,¹ que concluía que “la presencia creciente de las mujeres en los medios no avanza del mismo modo en distintos lugares de la pirámide jerárquica (...) Con algunas excepciones, la presencia de mujeres en puestos directivos sigue siendo reducida” (p.34).

Lamentablemente no hay cifras actuales para confirmar esta tendencia cuantitativamente, pero varios artículos periodísticos recientes confirman que la foto de esta desigualdad no ha cambiado mucho y que, a pesar de que hay cada vez mayor presencia femenina en los medios (sobre todo en la televisión y la prensa), las mujeres no acceden a cargos directivos y gerenciales. Ello tiene múltiples consecuencias negativas: desde la discriminación laboral -estancamiento profesional y salarial de las trabajadoras- a la carencia de contenidos generados por (y para) mujeres, y el sesgo de género en las fuentes informativas (predominancia de expertos hombres en casi todas las temáticas), entre otros aspectos que obstaculizan el acceso a la información de calidad por parte de la ciudadanía y, por tanto, erosionan la calidad de la democracia.

¹ Estudio realizado por la encuestadora CIFRA a solicitud de la Asociación de la Prensa Uruguaya (APU) y contó con el apoyo de ONU Mujeres Uruguay. Disponible online: https://eva.udelar.edu.uy/pluginfile.php/325741/mod_resource/content/1/ENCUESTA%20NACIONAL%20TRABAJADORES%20MEDIOS%20RESULTADOS%20%282%29.pdf

Entre la información más reciente, se destaca el mapeo que hacen mujeres periodistas del diario La Diaria sobre las mujeres en los medios, en una sección especialmente dedicada al tema amplio de “Feminismos.”

Uno de los artículos que denuncia la predominancia masculina en los espacios de poder mediático, destaca cómo los medios públicos han implementado políticas paritarias en la participación, roles y remuneraciones de hombres y mujeres. Por ejemplo, el Departamento de Prensa de la Radiodifusión Nacional del Uruguay (RNU)² está dirigido por la periodista Alejandra Casablanca; la composición de los equipos informativos es paritaria, así como la búsqueda de fuentes informativas. Se trata de “una decisión institucional de pensar en clave de género por ser las radios públicas”, como explicó la periodista Carolina Molla.³ Esta realidad contrasta con las radios privadas, donde se ha constatado que “la radio es el medio en el que menos se ha avanzado en la inclusión de mujeres.”⁴

Otra excepción positiva en el que mujeres ocupan cargos importantes en un medio de comunicación es el Semanario Brecha, en el que todas las secciones -excepto la de fotografía- están dirigidas por mujeres, según destacó la periodista de ese medio, Mónica Robaina.⁵

En conclusión, se constatan avances *cuantitativos* en la representación femenina de las plantillas de trabajadores de los medios de comunicación en Uruguay, aunque se mantiene un estancamiento *cualitativo* en el acceso que las profesionales de la comunicación tienen a los cargos directivos, gerenciales y editoriales. Es necesario invertir en investigación para actualizar datos cuantitativos sobre la presencia de las mujeres en cargos directivos en los medios e incluir a los medios digitales en los futuros análisis, ya que estudios en otros países de Latinoamérica han constatado importante presencia de mujeres líderes y fundadoras de medios independientes online.⁶

2) Libertad de expresión, medida en relación a la violencia que se registra contra mujeres periodistas, el cierre de medios, etc).

Tanto a nivel regional como mundial, Uruguay rankea bien en las mediciones de Libertad de Prensa. Según la clasificación mundial elaborada por Reporteros sin Fronteras, Uruguay está en el puesto 19 de entre 180 países, mejorado su posición con respecto a años anteriores (puesto 20 en 2018 y 25 en 2017).

A pesar de estos valores positivos, la práctica periodística continúa estando minada de obstáculos y violencias de diverso grado e índole, como constata año a año el informe de monitoreo de amenazas a la libertad de expresión en el ejercicio de la profesión

² RNU nuclea a las radios públicas (Uruguay, Babel, Clásica y Del Sur).

³ <https://feminismos.ladiaria.com.uy/articulo/2018/5/mujeres-en-los-medios-de-comunicacion-el-caso-de-las-radios-publicas/>

⁴ Ibidem.

⁵ <https://feminismos.ladiaria.com.uy/articulo/2018/4/tomar-impulso-y-llegar-mas-alto/>

⁶ <http://data.sembramedia.org/mujeres-lideres/?lang=es>

periodística en Uruguay, realizado por el Centro de Archivos y Acceso a la Información Pública (CAInfo), con el apoyo de la red Intercambio para la Libertad de Expresión (IFEX).

El cuarto informe (que abarca desde abril de 2017 a marzo de 2018) incluyó una agresión de nivel grave “Alto” sufrido por la periodista Isabel Prieto, quien en febrero de ese año fue baleada en un atentado mientras conducía su coche. A pesar de las denuncias pertinentes realizadas, “a la fecha no se esclareció esta situación.”⁷ El informe en su quinta edición, cubrió el período comprendido entre el 1 de abril de 2018 y el 31 de marzo de 2019. Relevó 18 casos de agresiones a periodistas (11 de nivel “Medio” y 7 “Leves”), de los cuales “3 fueron hombres, 1 fue mujer y 14 casos afectaron a medios de comunicación o al ejercicio profesional en su conjunto” (p.7).⁸ Según se detalla en el informe, la agresión a la mujer periodista trascendió gracias a una denuncia del sindicato de profesionales -la Asociación de la Prensa Uruguaya (APU)- y ocurrió en el departamento de Cerro Largo: “Silvia Techera sufrió situaciones de acoso laboral y agresiones verbales por parte del empresario Juan Pimentel, coordinador de la organización del Carnaval de Melo y vinculado a diversas actividades de la Intendencia Departamental” (p.10).⁹

A pesar de que la sección metodológica del informe destaca la especial atención puesta en “identificar aquellos casos en los que pudieran existir indicios de discriminación por razones de género, orientación sexual, raza, edad, identificación política, origen social o territorial, entre otros”, se trata de un relevamiento “exploratorio” incapaz de abarcar todos los casos (p.5).¹⁰

En Uruguay, faltan recursos y herramientas para profundizar en un relevamiento integral de la violencia específica -y muchas veces sutil- a la que diariamente se enfrentan las mujeres periodistas por su condición de género. Ello implica detectar no sólo casos denunciados o de público conocimiento, sino aquellos que no se difunden por temor a perder puestos de trabajo, por condiciones de precariedad laboral en el que las trabajadoras no están sindicalizadas o no pueden pedir asesoramiento, etc. En este sentido, algunas mujeres que trabajan en medios de comunicación del interior del país, están más expuestas por encontrarse más aisladas e inmersas en poblaciones más pequeñas donde hay menos medios y mayor concentración. En algunas ocasiones, las violencias que viven las mujeres periodistas son normalizadas y vividas como gajes del oficio y no identificadas como situaciones éticamente inaceptables y penalmente punibles.

En este sentido, los Encuentros de Mujeres Periodistas del Uruguay que tienden a celebrarse cada año desde el 2015, constituyen un espacio de apoyo, reflexión,

⁷ <https://www.cainfo.org.uy/2017/10/17-amenazas-a-la-libertad-de-expresion-de-periodistas-en-uruguay-denunciados-en-2017/>

⁸ <http://www.cainfo.org.uy/wp-content/uploads/2018/05/2018-Periodismo-y-libertad-de-expresi%C3%B3n-en-Uruguay-Monitoreo-de-Amenazas.pdf>

⁹ <https://www.cainfo.org.uy/wp-content/uploads/2019/05/Informe-Monitoreo-2019.pdf>

¹⁰ Ibidem.

formación e intercambio de suma importancia para que las trabajadoras de los medios de comunicación compartan sus inquietudes y generen estrategias conjuntas contra situaciones de desigualdad que viven a diario en sus entornos laborales.

Los Encuentros son organizados conjuntamente por la Red de Mujeres Periodistas del Uruguay, la Comisión de Género de la Asociación de la Prensa Uruguaya (APU), la organización feminista Cotidiano Mujer y periodistas independientes.

Durante el IV Encuentro, celebrado en Montevideo el 4 de mayo, las participantes debatieron sobre cómo las mujeres encaran situaciones de acoso o de violencia de género en el ámbito periodístico. Según se recoge en la relatoría del evento:

Varias compañeras mencionan el hecho de que falta confianza propia y músculo para denunciar determinadas situaciones en muchas ocasiones, y que por eso las mujeres tienen que servirse entre ellas para afrontar un caso de este tipo o denunciar, ya sea formal o informalmente. Se hace un llamamiento a que las mujeres denuncien, o que al menos se comuniquen con APU o con CAinfo. Pilar Teijeiro plantea que hay una falta de solidaridad que las mujeres tenemos incorporada porque han atomizado a las mujeres históricamente, porque han hecho a las mujeres reinas del ámbito privado, no del ámbito público. Frente a los hombres que continuamente cierran filas, a las mujeres les cuesta esa solidaridad porque a las mujeres les enseñaron otra forma de relacionarse entre ellas.¹¹

3) Derechos digitales (brecha digital de género, ciberviolencia, acceso a TICs, etc).

En este tema, la información disponible refiere a la población general ya que no se encuentran datos específicos sobre mujeres profesionales de la comunicación.

Según el estudio “Uruguay, sociedad e Internet,”¹² elaborado por el Departamento de Comunicación de la Universidad Católica del Uruguay a partir de una encuesta de 2013 en el marco del *World Internet Project* con información sobre 39 países, Uruguay es “el país menos desigual” en cuanto a la brecha digital de género. El estudio concluye que las desigualdades identificadas en el acceso y uso a internet están vinculadas a la interrelación de múltiples variables y que hay una “retroalimentación” de la brecha digital como producto de las brechas *off-line*, lo cual a la postre aumenta la distancia de inclusión social entre los diferentes usuarios” (p.111). Si bien el informe tiene un capítulo dedicado a Ciber-victimización y privacidad, los datos no están desagregados por sexo.

En la edición más reciente del informe, en base a encuestas realizadas en el 2017, ya no se mencionan datos sobre la brecha digital de género. Por el contrario, el estudio no constata diferencias de acceso a las TIC entre hombres y mujeres. En cuanto al uso de

¹¹<https://cotidianomujer.org.uy/sitio/attachments/article/2122/Relator%C3%ADa%20IV%20Encuentro%20de%20Mujeres%20Periodistas%20del%20Uruguay.pdf>

¹² http://difusiones.ucu.edu.uy/difusiones/2015/pdf/Informe_WIP_Uruguay_Final.pdf

las TIC, se menciona que “Facebook es utilizado en mayor medida por mujeres y por los menores de 60 años” (p.16).¹³

4) Contenidos sexistas de los medios.

El informe “Sistemas de género, igualdad y su impacto en el desarrollo de Uruguay. Escenarios prospectivos,” elaborado por la Oficina de Planeamiento y Presupuesto de Presidencia (OPP) de la República, puntualiza que:

*Los medios de comunicación siguen en muchos casos reproduciendo la naturalización de la violencia en general y contra las mujeres en particular. Esa naturalización de la violencia que muchas veces va acompañada de la sexualización del contenido muestra a mujeres objetos y permea los horarios de protección infantil, contribuyendo a la reproducción de estereotipos de género y a una cultura que no penaliza la violencia” (p.28).*¹⁴

Sin embargo -y aunque no se haya generalizado en todos los medios ni en todo el país- desde diversos ámbitos vinculados a la comunicación se evidencian indicios de un paulatino cambio cultural hacia la creciente producción mediática de contenidos no sexistas. La preocupación está instalada en la opinión pública y cada vez más periodistas se esfuerzan por *aggiornarse*. Por ejemplo, la presidenta del Consejo del Sector Prensa de la Asociación de la Prensa Uruguaya, Victoria Alfaro, expresó en 2018 que hay pocos medios que incorporan la perspectiva de género pero que éstos van en aumento. También dijo que percibe “un cambio en la forma de expresarse en el tema de la violencia de género”, porque “ya se habla de femicidio y no de ‘asesinato pasional’ o de que [el varón] ‘la mató porque la quería’”.¹⁵

El informe de la OPP antes mencionado destaca la falta de regulación del sector publicitario con respecto a la creación y difusión de publicidad sexista, a pesar de que ello está contemplado en “la promulgación en 2017 de la ley 19.307 que regula los Servicios de Comunicación Audiovisual (...) [pero] aún no se ha avanzado hacia la regulación” (p.26).¹⁶

Con motivo del 25 Aniversario de la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer y la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing (1995), el Instituto Nacional de las Mujeres de Uruguay (INMujeres) circuló un informe preliminar entre colectivos feministas y de mujeres de la sociedad civil organizada para discutirlo conjuntamente.¹⁷ El borrador del informe destaca el despliegue de toda una batería de medidas

¹³ https://ucu.edu.uy/sites/default/files/facultad/fch/uruguay_internet_2019.pdf

¹⁴ https://www.opp.gub.uy/sites/default/files/inline-files/8_Escenarios%20prospectivos.Sistemas%20de%20g%C3%A9nero%2C%20igualdad%20y%20su%20impacto%20en%20el%20desarrollo.pdf

¹⁵ <https://feminismos.ladiaria.com.uy/articulo/2018/4/tomar-impulso-y-llegar-mas-alto/>

¹⁶ https://www.opp.gub.uy/sites/default/files/inline-files/8_Escenarios%20prospectivos.Sistemas%20de%20g%C3%A9nero%2C%20igualdad%20y%20su%20impacto%20en%20el%20desarrollo.pdf

¹⁷ Lamentablemente, a la fecha no se pudo acceder a la versión final de este informe.

tendientes a acercar a Uruguay a los objetivos trazados en la Sección J de la Plataforma de Beijing. Entre ellas, se destaca

- La realización de “talleres de sensibilización dirigidos a periodistas con el objetivo de aportar herramientas y recursos para un abordaje periodístico de la Violencia basada en Género desde un enfoque de derechos humanos.” Ello forma parte de la “Estrategia Nacional para la Igualdad de Género al 2030,” que brinda un marco de orientación a los planes específicos de las diferentes instituciones que integran el Consejo Nacional de Género.¹⁸
- El desarrollo de campañas de bien público para problematizar los estereotipos sexistas y proponer alternativas, como uno de los ejes de acción del Consejo Nacional de Género para 2015–2020.

El reciente Plan Nacional de Cuidados 2016–2020 estipula que “el Sistema de Cuidados —y la estrategia de comunicación en particular— tiene por eje la apuesta a una profunda transformación cultural, donde las acciones de política se orienten a la imperativa superación de la injusta y desigual naturalización de los roles de género” (p.26-27).¹⁹

El informe de INMujeres no especifica, sin embargo, cuál es el impacto real de estas iniciativas ni la necesidad de medir o investigarlo. Una posible interpretación a esta carencia se explicaría por el hecho de ser actividades focalizadas en la promoción de cambios culturales, cuya eficacia real resulta elusiva e imperceptible en el corto y mediano plazo.

A ello se suma la “Baja prioridad en campañas públicas por la no discriminación, la igualdad y la deconstrucción de estereotipos de género (...) que son muy recientes, no parecen ni sostenidas en el tiempo ni con alta inversión para una presencia masiva” (p.26), según observa el informe de la OPP antes mencionado.

5) Educación vinculada a comunicación y género: si las carreras de grado vinculadas a comunicación incluyen materias o contenidos sobre género, por ejemplo.

En la educación universitaria pública se constata mayor presencia de formación en género que en el ámbito privado, aunque se trata de materias y espacios de participación optativos, tales como:

¹⁸ El Consejo Nacional de Género es un órgano interinstitucional del Gobierno uruguayo en el cual se analizan las situaciones que limitan la igualdad de oportunidades entre mujeres y varones. Está compuesto por representantes de todos los Ministerios, instituciones educativas y de trabajo, sindicatos, Fiscalía General de la Nación, entre otros.

¹⁹ https://www.opp.gub.uy/sites/default/files/inline-files/8_Escenarios%20prospectivos.Sistemas%20de%20g%C3%A9nero%2C%20igualdad%20y%20su%20impacto%20en%20el%20desarrollo.pdf

- la materia “Género y Comunicación,” de la Licenciatura de Comunicación que ofrece la Facultad de Información y Comunicación de la Universidad de la República²⁰
- el Grupo Multidisciplinario de Estudios de Género de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (activa desde 1993)
- la Red Temática de Género de la Universidad de la República, una red transversal a todas las facultades (activa desde 2007)

En el ámbito privado, la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) en Uruguay ofrece un Diplomado y una Maestría en Políticas de Género e Igualdad, así como un Diplomado Superior en Gestión de la Comunicación con énfasis en Bien Público que incluye la materia “Comunicación para la inclusión y la diversidad”.

El informe preliminar del INMujeres (mencionado en la sección anterior) menciona otras iniciativas educativas con perspectiva de género en otros ámbitos, principalmente:

- *la incorporación de capacidades y competencias digitales para el desarrollo de micro y pequeñas empresas, con igualdad de género. Actualmente se está trabajando en la redacción del proyecto, el diseño de plataforma y la elaboración de contenidos con foco en habilidades básicas, TIC y comercio electrónico para mujeres.*
- *(...) Se viene trabajando en el marco del Día de las Niñas en las TIC, por el acceso e inclusión digital, desarrollando actividades de sensibilización a niñas y adolescentes sobre uso y posibilidades de estudio en estas áreas. El objetivo es sensibilizar sobre estereotipos de género a las adolescentes y jóvenes en secundaria y las alternativas de estudiar carreras vinculadas a las TIC. En el marco de la celebración del Día de las Niñas en las TIC se realizan cada año talleres de robótica, audiovisual y videojuegos en diferentes ciudades del país.*

6) Políticas de género y comunicación, tanto a nivel estatal como en las empresas de comunicación.

A nivel nacional, Uruguay cuenta con la ley 19.307 que regula los Servicios de Comunicación Audiovisual, popularmente conocida como Ley de Medios o LSCA. Su Artículo 28 y el capítulo II²¹ establecen las responsabilidades de los medios para promover una comunicación sin discriminación y sin violencias contra las mujeres.

La ley fue promulgada en diciembre de 2014 y reglamentada el 7 de junio de 2019. Constituye una garantía sin precedentes en la región para que el periodismo tenga “autonomía e independencia del poder político y económico,” según expresó el Relator

²⁰

<http://www.comunicacion.edu.uy/sites/default/files/Comunicaci%C3%B3n%20y%20G%C3%A9nero.pdf>

²¹ <https://www.impo.com.uy/bases/leyes/19307-2014>

para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), Edison Lanza.²² La demora de cuatro años en su reglamentación se debió a la fuerte oposición suscitada entre los actores afectados (principalmente grandes medios de comunicación) y la impugnación de varios de sus artículos ante la Suprema Corte de Justicia (SCJ), la gran mayoría de los cuales fueron aprobados.

La ley prevé la actuación de una Comisión Honoraria Asesora de Servicios de Comunicación Audiovisual (CHASCA) que fue conformada en octubre de 2017 pero que no ha podido ejercer sus funciones. El artículo 81 determina que la CHASCA esté integrada por diversos actores políticos, gubernamentales y de la sociedad civil, incluyendo Cotidiano Mujer, que aporta su extensa experiencia en temas de comunicación, género y derechos humanos.

Este organismo trabajó en la reglamentación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual constatándose diferencias con el Poder Ejecutivo. Las decisiones del Consejo Honorario Asesor no son vinculantes por lo que el Poder Ejecutivo realizó la reglamentación de la ley tomando solo algunas de las recomendaciones del organismo.

La puja de intereses de los poderes políticos y económicos acostumbrados a operar sin legislación, entre amiguismos y “en pocas manos,” como reza el título de la investigación que analiza la concentración de los grandes grupos mediáticos en Uruguay,²³ han frenado la institucionalidad creada con la LSCA. El poder ejecutivo no tuvo voluntad política para acelerar el proceso.

7) Acceso a la información: si las leyes que pueden haber sido aprobadas en cada país contienen dimensiones de género.

Uruguay tiene aprobada desde 2008 la Ley N° 18.381 de Acceso a la Información Pública, que fue reglamentada en 2010. Su contenido tiene un enfoque universalista, sin especificaciones de género.

8) Situación de los sindicatos vinculados a la comunicación: si existen, si tienen roles activos, cuál es la composición de sus integrantes y autoridades desde un punto de vista de género, si tienen protocolos de violencia, si abordan temas de género, etc.

En Uruguay, les periodistas se nuclean en la Asociación de la Prensa Uruguaya (APU), que agrupa periodistas de Montevideo y los departamentos del interior del país. Existe también la Asociación de Productores y Realizadores de Cine del Uruguay (ASOPROD) y el Sindicato de Trabajadores, Técnicos y Profesionales del Cine y el Audiovisual del Uruguay (AUC-GREMIOCINE). En cuanto a la representatividad de género, todas estas organizaciones siempre han tenido amplia predominancia masculina en sus cargos directivos. Por ejemplo, desde la fundación de APU en 1944 ha habido solo tres presidentas mujer: Elsa Altuna, Vicotria Alfaro y Silvia Techera.

²² <http://www.observacom.org/edison-lanza-ley-de-medios-de-uruguay-es-la-norma-con-mayor-impugnacion-de-la-historia-pero-supero-el-test-de-constitucionalidad/>

²³ <https://www.fes-uruguay.org/detalle/en-pocas-manos/>

En cuanto a los lineamientos éticos, APU cuenta con un Código de Ética Periodística cuyo capítulo V titulado “Género y discriminación” establece pautas para evitar contenidos periodísticos sexistas y discriminatorios.

Datos de 2012 recabados en el estudio “Las condiciones del ejercicio profesional de mujeres y hombres en los medios de comunicación” evidencian que APU está bien valorada por les afiliades en la actualidad y que es considerada por una gran mayoría como el espacio idóneo desde el cual promover la equidad en la práctica periodística. Más del 90% de entrevistades y encuestades expresaron “que sería positivo que la APU ayudara a combatir el acoso sexual, a lograr las mismas condiciones de trabajo para hombres y mujeres, y a promover foros de discusión sobre el tema del género en los medios”. Ello se alinea con recientes hallazgos de una investigación realizada por la Federación Internacional de Periodistas (FIP) que reveló la importancia de los sindicatos para liderar la lucha por la igualdad, en contraposición a la negligencia de los empleadores para “abordar la violencia contra las periodistas.”²⁴

Desde el 2015, se realiza un Encuentro de Mujeres Periodistas organizada por la Red de Mujeres Periodistas del Uruguay, la Comisión de Género de la Asociación de la Prensa Uruguaya (APU), la organización feminista Cotidiano Mujer y periodistas independientes. La Red de Mujeres Periodistas del Uruguay cuenta actualmente con 983 miembros en su cuenta de Facebook. En los encuentros presenciales participan entre 60 y 100 periodistas.

9) Sociedad civil: ¿qué rol tiene en relación a estos temas? ¿Hay organización trabajando temas de comunicación y género? ¿Qué propuestas llevan adelante? Etc.

“Las organizaciones sociales han sido actores clave para lograr una mayor visibilización y concientización de la situación actual de la sociedad uruguaya en materia de violencia basada en género” (p.28), destaca el informe “Sistemas de género, igualdad y su impacto en el desarrollo de Uruguay. Escenarios prospectivos”, elaborado por la Oficina de Planeamiento y Presupuesto de Presidencia (OPP) de la República.²⁵

Algunas organizaciones civiles que se han destacado en la promoción de equidad de género en temas de comunicación incluyen:

- Cotidiano Mujer: organización feminista que desde 1985 trabaja en temas de comunicación, género y derechos humanos, realizando campañas de sensibilización pública, contenidos periodísticos para prensa, radio (programa “Nunca en Domingo”) y web, investigaciones académicas, formaciones y fortalecimiento de redes de activismo a nivel nacional, regional e internacional. Algunas acciones recientes incluyen la organización anual de las Jornadas de

²⁴ <http://www.apu.com.uy/2017-08-18-05-06-14/noticias-apu/item/81-los-sindicatos-lideran-la-lucha-por-la-igualdad-mientras-los-empleadores-fracasas-a-la-hora-de-abordar-la-violencia-contra-las-periodistas>

²⁵ https://www.opp.gub.uy/sites/default/files/inline-files/8_Escenarios%20prospectivos.Sistemas%20de%20g%C3%A9nero%2C%20igualdad%20y%20su%20impacto%20en%20el%20desarrollo.pdf

Debate Feminista desde 2014, la organización desde 2016 del “Premio Nacional de Prensa Escrita Marcelo Jelen” para trabajos periodísticos busca premiar las producciones periodísticas que aporten a desarticular el pensamiento único, promuevan la diversidad y la no discriminación”, o la campaña #Candidatas, a favor de la paridad democrática.

- Revista BRAVAS: revista de la Articulación Feminista Marcosur que busca transmitir una visión del mundo que combine periodismo y enfoque feminista, aportando un abordaje que tome en cuenta visiones y poblaciones a menudo ignoradas en los medios hegemónicos.
- Colectivo Catalejo: colectivo de medioactivismo centrado en Derechos Humanos que desde 2012 desarrolla “productos audiovisuales orientados a visibilizar temáticas sociales que afectan a la población, enriquecer el debate ciudadano y promover la participación social y cultural.” Además de cubrir las marchas reivindicativas del movimiento de mujeres (8 de marzo, 25 de noviembre, etc.), en 2018 lanzaron la campaña “Libre de acoso” contra el acoso callejero.
- Encuentro de Feministas Diversas: Entre sus proyectos tienen una revista para mujeres jóvenes, “Harta”, y el programa de radio “Hola, Mabel.”
- MediaRed: colectivo uruguayo de mediactivistas interesadxs en generar comunicación alternativa, contrahegemónica y libre hecha con amor y convicción. Apuestan a generar sus propias narrativas y lógicas de comunicación.
- Observatorio de género del Círculo Uruguayo de la Publicidad: creada en 2015, es una comisión del Círculo Uruguayo de la Publicidad que trabaja por una industria más igualitaria, profesional y responsable. En 2016 realizaron el “Decálogo de las buenas prácticas para una comunicación publicitaria no sexista.”
- La Coalición por una Comunicación Democrática (CCD), creada en 2010, es una coalición de organizaciones vinculadas a la defensa de la libertad de expresión, el derecho a la información, la lucha contra la intolerancia por cualquier motivo, la defensa de los derechos de diversos colectivos (mujeres, LGTB, niños y niñas, personas con discapacidad), la producción y el trabajo nacional en la cultura y en los medios. Su objetivo de aportar e incidir en la construcción de una política pública y democrática de comunicación. Han participado en el Comité Técnico Consultivo (CTC) que elaboró las bases de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

10) Pueblos indígenas y afrodescendientes y su situación en relación a temas de comunicación y género.

En Uruguay se articulan varios actores institucionales en torno a la equidad racial. A partir de algunos colectivos de la sociedad civil organizada, se impulsó la creación y desarrollo de programas, planes y políticas de equidad racial, permeando las organizaciones de gobierno desde que asumió la coalición de izquierdas “Frente Amplio” en 2005. Se destaca el Departamento de Mujeres Afrodescendientes en el Instituto Nacional de las Mujeres, Ministerio de Desarrollo Social, operativo desde ese año.

Desde la Dirección Nacional de Promoción Sociocultural de dicho Ministerio, se publicó en 2016 una recopilación sobre investigaciones académicas titulada “Horizontes críticos

sobre afrodescendencia en el Uruguay contemporáneo” que recoge algunos aspectos de la representación mediática de las personas afro:

La versión folclorizada de los afrodescendientes difundida desde la educación formal y los medios de comunicación masivos también es percibida por los afrouruguayos como una forma de discriminación y exclusión, ya que no hace más que reafirmar concepciones estereotipadas de la colectividad. (p.166)

La representación de la población afro en los diferentes formatos de propuesta de imagen al público (medios masivos de comunicación, carteleros, publicaciones periódicas, etc.) (...) está preponderantemente ocupado por la presencia masculina, en tanto responden al espacio social asignado al negro en los deportes (en una construcción que lo asimila a lo físico/natural/salvaje propio del negro en oposición a lo mental/cultural/civilizado propio del blanco) (p.44).²⁶

En 2019 se presentó el primer Plan Nacional de Equidad Racial y Afrodescendencia, que incluye algunas estrategias para combatir los estereotipos que circulan sobre población afro en general y mujeres en particular:

- la “Estrategia 2. Combatir todas las formas de discriminación para garantizar el ejercicio de los derechos universales y aumentar la dignidad de la población afrodescendiente”: contempla la creación de campañas antiracistas y su difusión por redes sociales
- la “Estrategia 8. Posicionar a las mujeres afrodescendientes como pilares de una nueva ciudadanía”: si bien no incluye medidas específicas sobre medios de comunicación, apunta a dignificar el rol de las mujeres afro en la sociedad toda.

²⁶ <https://www.gub.uy/ministerio-desarrollo-social/comunicacion/publicaciones/horizontes-criticos-sobre-afrodescendencia-en-el-uruguay-contemporaneo>