



**Red Colombiana de Periodistas
con visión de Género**

sentiido
periodismo, opinión y análisis
de la actualidad LGBT

Implementación del Capítulo J de la Plataforma de Beijing: mujeres, medios y comunicación en Colombia 2020

INTRODUCCIÓN

Colombia ha ratificado casi todos los tratados internacionales sobre derechos humanos y derechos de la mujer, incluyendo el Programa de Acción de la Plataforma de Beijing (1995). También ha mostrado progresos significativos en el desarrollo de leyes para promover la igualdad de género y para asegurar los derechos humanos de la mujer. Se puede ejemplificar con la Política Pública Nacional de Equidad de Género para las Mujeres y el Plan Integral para garantizar a las mujeres una vida libre de violencias (2012), así como la Ley de Víctimas y de Restitución de Tierras (2011) con estipulaciones importantes sobre igualdad de género. Además, se han promulgado leyes sobre violencia y discriminación contra las mujeres (2008) y acceso a la justicia para las mujeres víctimas de violencia sexual, especialmente durante el conflicto armado (2014), y la ley que reconoce el feminicidio como un delito (2015), entre otras.

Así mismo la Constitución Política de Colombia, en su artículo 13, reconoce el derecho a la igualdad y prohíbe la discriminación basada en género. Además, establece que el Estado debe fomentar la igualdad real y efectiva. Por su parte, el artículo 43 garantiza la igualdad de derechos y de oportunidades para mujeres y hombres y estipula que las mujeres no pueden ser objeto de ninguna discriminación.

La Plataforma de Acción de Beijing, vigente hoy, desde hace 25 años considera el empoderamiento de todas las mujeres y específicamente en el capítulo J dedicado a la mujer y los medios de comunicación, propone dos objetivos estratégicos para todos los países: 1) aumentar el acceso de la mujer, su participación en la expresión de sus ideas y la adopción de decisiones en los medios de difusión, así como en las nuevas tecnologías de comunicación. 2) fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión.

Durante el tiempo de vigencia de la plataforma se evidencian avances, pero la falta de presupuesto, continuidad y seguimiento de las estrategias, proyectos, programas y acciones, así como el tratamiento de contenidos no ha permitido aportar contundentemente en un cambio estructural para la igualdad de mujeres y hombres acorde con los dos objetivos del capítulo J, tal y como se evidencia en el presente informe en el que se encuentran reflejados obstáculos fundamentales relacionados con la continuidad y el seguimiento de las acciones, programas y/o proyectos emprendidos por los gobiernos para la eliminación de brechas en relación a la comunicación.

Entre tanto organizaciones sociales e iniciativas de medios dan cuenta de programas sobre derechos de las mujeres y que a su vez las visibilizan pero que en la mayoría de los casos no cuentan con financiación ni mecanismos que les permita una permanencia.

Es por ello que este informe analiza logros, obstáculos y retos a partir de cinco ejes: normatividad y políticas públicas; derechos digitales; libertad de expresión; participación en los medios y derechos laborales; contenidos sexistas en medios y comunicación digital, de igual manera relaciona buenas prácticas sobre una comunicación incluyente y no discriminatoria, además brinda una serie de recomendaciones y conclusiones a tener en cuenta por los gobiernos para el cierre de brechas, que permitan enriquecer la discusión y balance Beijing+25.

AVANCES Y RETOS

Tema 1. Normatividad, políticas públicas de género y comunicación

La Ley 1257 de 2008 (por la cual se dictan normas de sensibilización, prevención y sanción de formas de violencia y discriminación contra las mujeres, se reforman los Códigos Penal, de Procedimiento Penal, la Ley 294 de 1996 y se dictan otras disposiciones), constituye el principal avance normativo que ha tenido Colombia en materia de protección y garantía de los derechos de las mujeres, por lo que se hace necesario analizar lo concerniente al tema de comunicación.

“Mujer tienes derechos, estamos contigo” fue la estrategia de comunicaciones que se creó en 2010 en concordancia con las exigencias de la Ley 1257, tal como se señala en el tercer informe de seguimiento a la Ley 1257 de 2008 “La misma historia otra vez”: Vivencias de mujeres y barreras de acceso a la justicia, elaborado en 2015 por organizaciones y mujeres integrantes de la Mesa por el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencias.

Sus objetivos iniciales, explica el informe de seguimiento a dicha ley, eran “generar procesos de cambio para que el Estado y la sociedad asumiera el nuevo entorno legal como una oportunidad para avanzar hacia el derecho de las mujeres a una vida libre de violencias y aclarar que las violencias contra las mujeres no son naturales, son evitables, nada las justifica y constituyen un delito”. Sin embargo hoy - como varios apartados de la Ley 1257 - esta estrategia no avanza como se corrobora en el balance de 10 años de vigencia de la Ley 1257.

El análisis de la Ley 1257 de 2008 en sus diez años de implementación, realizado por la Red Nacional de Mujeres señala que desde el 2014 el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC) ha liderado la implementación de la Estrategia Nacional “Mujer Tienes Derechos, sin embargo en cuatro años, refiere a las mismas estrategias o programas de difusión, no se cuenta con información precisa del impacto de la campaña, ni de las dificultades que se han presentado, los ajustes realizados y los retos.

Por su parte el IV informe de la mesa por el derecho de las mujeres a una vida libre de violencias 2018, dentro de las recomendaciones generales que hace al gobierno nacional se encuentra que el Ministerio de las TIC, en articulación con las entidades competentes, debe establecer una política de comunicación, en desarrollo del artículo 10 de la Ley 1257, que promueva los Derechos Humanos de las mujeres en su amplia diversidad. De igual manera, debe comprometerse en vigilar y sancionar los contenidos sexistas y discriminatorios que naturalizan las violencias contra las mujeres, así como aumentar la publicidad y divulgación del contenido de la Ley, para contribuir a generar más y mejores condiciones para que las mujeres exijan su derecho a una vida libre de violencias.

La Ley 1257 de 2008 establece en su Capítulo IV, una serie de medidas de sensibilización y prevención, dentro de las que se encuentra la señalada en el artículo 10: “El Ministerio de Comunicaciones elaborará programas de difusión que contribuyan a erradicar la violencia contra las mujeres en todas sus formas, a garantizar el respeto a la dignidad de la mujer y a

fomentar la igualdad entre hombres y mujeres, evitando toda discriminación contra ellas”. La disposición plantea un mandato de carácter general en el marco de la instrumentalización de la política pública frente al tema de “sensibilización, prevención y sanción de formas de violencia y discriminación contra las mujeres”.

No obstante, el mandato no establece pautas, ni instrumentos que permitan avanzar en un marco normativo para regular y establecer canales de comunicación e interlocución entre el Estado, la sociedad civil y los medios de comunicación, con miras a asumir la transformación de imaginarios culturales y la eliminación de estereotipos sexistas que fomentan la desigualdad, la discriminación y las violencias contra las mujeres.

Además de la Ley 1257 de 2008 se encuentra normativa específica a la comunicación en Colombia como la Sentencia C-804 de 2006 de la Corte Constitucional y el Acuerdo 381 de 2009 del Concejo de Bogotá, las dos en relación con el uso del lenguaje incluyente.

La Sentencia C-804/06 del 27 de septiembre de 2006, precisa aspectos de lenguaje incluyente, declaró inexecutable el artículo 33 del Código Civil de Colombia, que dice: “Las palabras hombre, persona, niño, adulto y otras semejantes que en su sentido general se aplican a individuos de la especie humana, sin distinción de sexo, se entenderán que comprenden ambos sexos en las disposiciones de las leyes, a menos que por la naturaleza de la disposición o el contexto se limite manifiestamente a uno solo. Por el contrario, las palabras mujer, niña, viuda y otras semejantes, que designan el sexo femenino, no se aplicarán a otro sexo, a menos que expresamente las extienda la ley a él”.

En su fallo la Corte reiteró “que el lenguaje como fenómeno social, cultural e institucional del primer orden, se proyecta de manera directa en el ámbito jurídico, en la medida en que el Derecho se manifiesta y expresa por medio de palabras. A su vez, el lenguaje jurídico refleja y contribuye a perpetuar formas de pensamiento. No obstante, ni el lenguaje ni la cultura permanecen estáticos sino que se transforman de manera profunda aunque a veces imperceptible con el paso del tiempo.

Así, los cambios sociales pueden tener incidencia en los cambios del lenguaje y de los contenidos de las definiciones construidas a partir del mismo, también el lenguaje y la manera como sea utilizado para establecer contenidos, puede producir una variación en la percepción de los fenómenos sociales.

En este sentido, resulta manifiesta la influencia que ejerce el lenguaje jurídico bien sea para mantener la condición de sujeción de la mujer y su sometimiento a prácticas injustamente discriminatorias y por tanto, desconocedoras de sus derechos constitucionales fundamentales, o bien para transformar el estado de cosas imperante y lograr una igualdad real y efectiva entre varones y mujeres”.

Argumentó la Corte que “en esa medida, la definición contenida en el artículo 33 guarda estrecha relación con la concepción del género femenino que inspiraba toda la codificación y con el papel subordinado, dependiente e invisible que se asignaba a la mujer a lo largo de su articulado ...” y agregó “la Corte encuentra que la definición que se hace en el artículo 33 del

Código Civil y el contraste que representa el concepto que se da de los vocablos, hombre, niño, adulto e individuo, que cobija a ambos géneros y los términos mujer, niña, viuda que no tiene el mismo significado legal y contribuye a mantener la situación histórica de discriminación contra las mujeres.”

Y continuó: “pretender que se utilice como universal el vocablo hombre solo trae como consecuencia la exclusión de las mujeres, pues en su uso oficial sólo se refiere a los varones. La Corte precisó que sólo una definición cuyo contenido permita visualizar lo femenino, hacer visible a las mujeres, armoniza con la dignidad humana, la igualdad, el derecho a participar en el ejercicio del control político y acorde con la prohibición de discriminación. Por lo expuesto, el artículo 33 del Código Civil fue excluido del ordenamiento jurídico por contrariar los preceptos constitucionales, salvo en los apartes que resultan acordes con la dignidad, igualdad y derechos de las mujeres”.

Es por ello que esta sentencia representa uno de los avances más significativos en Colombia y es de gran relevancia en el reconocimiento de los derechos de las mujeres en uno de los aspectos de la comunicación como lo es el lenguaje que debe pasar por el ámbito de lo jurídico y trascender a los demás ámbitos de la vida social, no obstante como dice el adagio popular “el papel aguanta todo” la sentencia pasa a ser una norma más que no se cumple.

Entre tanto en Bogotá la capital del país, el Concejo emitió el Acuerdo 381 de 2009 “Por medio del cual se promueve el uso del lenguaje incluyente”, en el que obliga a todas las entidades públicas de carácter distrital hacer uso del mismo en todos los documentos oficiales, así como en piezas comunicativas, web, en los eventos públicos y medios de comunicación de las entidades.

Sin embargo este no se cumple, llegando al punto que una de las administraciones distritales adoptará el eslogan “Bogotá mejor para todos”, a pesar de seguir vigente la norma y por lo que la Red Colombiana de Periodistas con Visión de Género realizará pronunciamiento para exigir el cumplimiento del Acuerdo, al igual que varias organizaciones y expresiones independientes que también se manifestaron y solicitaron el cambio del slogan sin que tuviera resultado, se mantuvo hasta el final de dicha administración, pasando por encima del Acuerdo.

En relación con la imagen de la mujer en los medios la Resolución 92696 de 2018 emitida por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a través de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), representa un avance histórico en el tema.

Dicho documento obligó a la empresa prestadora de servicios de telefonía celular Virgin Mobile a “abstenerse de forma inmediata de emitir y divulgar campañas a través de cualquier medio de comunicación (impreso, audiovisual, exterior y/o digital), que vulneren derechos fundamentales, como la dignidad humana, la igualdad y la no discriminación en contra de la mujer, y que transmitan mensajes de apología a conductas ilegales, por las razones expuestas en su parte motiva de esta resolución”. Esto con ocasión de una publicidad emitida por dicha empresa para vender un paquete de telefonía móvil en el que hacía apología, naturalizaba y justificaba la violencia contra las mujeres.

Tal como se enuncia antes, este apartado también analiza Políticas Públicas vinculadas con los derechos de las mujeres y comunicación.

Colombia cuenta con una Política Pública Nacional Equidad de Género, según decreto 1930 de septiembre de 2013, la cual se estructura en 6 ejes temáticos así: i) Construcción de paz y transformación cultural; ii) Autonomía económica y acceso a activos; iii) Participación en los escenarios de poder y de toma de decisiones; iv) Salud y derechos sexuales y reproductivos; v) Enfoque de género en la educación; y, vi) Plan integral para garantizar a las mujeres una vida libre de violencias.

En lo que respecta a comunicaciones en los lineamientos de la misma política construidos en el 2012 se encuentra que la transformación cultural y comunicación, serán transversales a la Política, dentro de las estrategias plantea la movilización y comunicación para la transformación cultural y cita "...uso de medios de comunicación para la divulgación de procesos de reconocimiento de los derechos de las mujeres. La estrategia busca que sus acciones alcancen el impacto de transformar imaginarios sociales que existen y reproducen diversas formas de discriminación, particularmente contra la mujer y desde un enfoque diferencial. Especial atención se dará a los roles y estereotipos de género, se trabajará a nivel simbólico y las subjetividades e identidades de género."

Bajo el Conpes Social 161 de 2013 se precisó el plan de acción indicativo para el período 2013-2016 y en la actualidad se encuentra en un limbo puesto que no se ha actualizado. En los informes que se encuentran de la implementación no se evidencian mayores acciones ni resultados en lo relacionado con comunicaciones, la única información que se encuentra dice "Así mismo, se ha venido adelantando la estrategia de comunicación Mujer tienes derechos, desarrollada en el marco de lo establecido en el Auto 092 y en la Ley 1257 de 2008, con el objetivo de contribuir a la disminución de todas las formas de violencias contra las mujeres y, especialmente, contra aquellas en situación de desplazamiento. En este sentido se ha avanzado en la producción y difusión masiva de piezas comerciales, cuñas, programas y materiales pedagógicos, afiches, camisetas, separadores, vallas y pulseras, entre otros; pero además en la vinculación de otras entidades públicas, gobernaciones, alcaldías, sector privado, organizaciones no gubernamentales y medios de comunicación a la Estrategia". (Lineamientos PP Equidad de género).

Entre tanto la Política Pública de Mujeres y Equidad de Género de Bogotá la cual se tomará como referente por ser la capital de país, se adopta mediante el decreto 166 de 2010 plantea como una de sus estrategias la comunicación y dentro de los lineamientos el lenguaje incluyente y no sexista, así mismo en el derecho a una cultura libre de sexismo uno de sus componentes es el de comunicación no sexista aduciendo a que se deben implementar nuevas prácticas comunicativas, con el fin de transformar el lenguaje sexista en los diferentes medios y formas de comunicación.

Es de anotar que se han dado avances y se han realizado acciones importantes en el tema, sin embargo termina siendo la voluntad política o una apuesta personal más que un compromiso que se debe cumplir para el avance efectivo del capítulo J.

Por su parte la política pública para mujeres afrodescendientes de acuerdo con los “Lineamientos de la política pública de comunicación de y para las comunidades y poblaciones negras, afrodescendientes, raizales y palenqueras (NARP)” del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones Colombia, de 2018, cuyo objetivo es aunar esfuerzos administrativos, financieros y técnicos para la protocolización de las políticas públicas de comunicación para comunidades étnicas respecto al acceso, uso y apropiación de las tecnologías de la información, con miras a concretar una eventual política pública de comunicación de y para comunidades y poblaciones negras, afrodescendientes, raizales y palenqueras de Colombia. Hasta la fecha solo se cuenta con esos lineamientos.

Entre las necesidades a satisfacer relacionadas con las carencias y exclusiones, en las que el acceso, uso y apropiación de las TIC tienen un rol estratégico para su cumplimiento, está: el desarrollo integral de las mujeres teniendo en cuenta sus particularidades y necesidades diferenciadas.

El documento propone: “reforzar los programas centrados en planes de estudios con un componente de género importante, en la educación escolar y extraescolar y mejorar la comunicación y formación de las mujeres en los medios de comunicación con el fin de que las mujeres y niñas sean capaces de comprender y elaborar contenido en las TIC”.

En cuanto a las TIC como herramienta de desarrollo integral para las mujeres negras, afrodescendientes, raizales y palenqueras, se busca promover procesos que generen su desarrollo integral y garantizar la inclusión de la perspectiva de género con enfoque diferencial en la oferta del sector TIC.

El Ministerio de Cultura, por su parte, ha liderado procesos pedagógicos en comunicaciones con poblaciones y comunidades NARP, orientados a salvaguardar y a proteger su patrimonio cultural y material. En Buenaventura (Valle del Cauca) se han llevado a cabo talleres de narrativas para medios con mujeres portadoras de saberes tradicionales. También, ha liderado encuentros como “Mujer, oralidad y Pacífico”.

La Política pública para mujeres indígenas. La Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura tiene entre sus propósitos fortalecer los procesos de comunicación de los pueblos indígenas, a través del desarrollo de estrategias de formación que posibiliten desde su contexto y particularidad el acceso y apropiación de los medios y nuevas tecnologías de comunicación, la producción y circulación de contenidos culturales que visibilicen sus lenguas, saberes, tradiciones, problemáticas y propuestas, explican las Memorias del “Encuentro de escuelas y procesos de formación en comunicación indígena” que tuvo lugar en Cerrito (Valle del Cauca) entre marzo 28 al 30 de 2017.

Los componentes estructurales de la propuesta de política pública de comunicación indígena son: formas de comunicación propia, medios apropiados, plan de formación de comunicadores indígenas, y garantías y derechos para la comunicación indígena”.

La política pública de comunicación indígena fue protocolizada el 6 de diciembre de 2017 por el Gobierno Nacional y tiene un plan de acción establecido. El reto ahora es fortalecer el enfoque de género en su puesta en marcha.

Finalmente es importante indicar que Colombia en cuanto a política pública en comunicaciones es inexistente, lo que puede representar una oportunidad para que en su formulación se plantee desde los enfoques de género, derechos de las mujeres y diferencial.

Tema 2: Derechos digitales

Mujeres en la web

Al revisar el uso y apropiación de las mujeres sobre las tecnologías de la información y la comunicación que proporciona la internet, se destacan dos investigaciones realizadas en Colombia en los últimos años; estas han sido desarrolladas por la Fundación Karisma (2015) y el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia (2018).

En los estudios se infiere una percepción por parte de las mujeres sobre la importancia del acceso a las herramientas que este medio puede ofrecer, y al mismo tiempo se revela la persistencia de barreras para el acceso de mujeres de poblaciones rurales, étnicas y de estratos 1 y 2, una constante en la intervención del trabajo del cuidado para el empoderamiento social y político de ellas, y una introducción de las violencias basadas en género en los entornos digitales que influyen en la desincentivación de la participación de las mujeres en estos.

De acuerdo con el informe “Derechos de la mujer en línea” de Fundación Karisma, Colombia cuenta con un marco normativo completo para garantizar una vida sin violencia para las mujeres y una política pública nacional para garantizar la equidad de género. Sin embargo, estos no contemplan las situaciones de violencia de género en los espacios digitales. Además, las regulaciones sobre el acceso a las TIC no han incorporado un enfoque de género: no existe una política sólida para empoderar a las mujeres a través del uso de las TIC, más allá de los procesos de capacitación digital para el desarrollo de habilidades de empleo y de trabajo.

En la “Encuesta de acceso, uso y apropiación de las TIC por parte de las mujeres en Colombia”, liderada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) y presentada en marzo de 2018, el 81% de las mujeres encuestadas señaló que ha usado Internet en los últimos seis meses y el 90% de las mujeres afirmó que tiene un teléfono celular propio. La encuesta evidencia que el 19% de mujeres que aún no han superado la brecha de acceso se encuentra representado por mujeres indígenas, del sector rural, de mayor edad y de estratos socioeconómicos 1 y 2.

La actividad que toma más fuerza en las mujeres que utilizan Internet es el uso de redes sociales. El 87 % usa Internet para ingresar a ellas, el 82% para comunicarse y el 74% para su entretenimiento. La encuesta también muestra que la información que más consultan las

mujeres en Internet está asociada a salud (77%), educación (50%) y empleo (43%). Solamente el 8% lo hace para consultar sobre participación social y política.

El informe “Derechos de la mujer en línea” de Fundación Karisma señala que las capacitaciones lideradas a mujeres como parte del Plan Vive Digital del MinTIC han estado enfocadas en transferir conocimientos en informática básica y en el uso de Internet, así como en el uso de programas de procesamiento de textos. Sin embargo, el programa carece de un componente que se enfoque en la construcción de procesos para una apropiación verdadera de la tecnología como herramienta para la participación política y ciudadana de las mujeres, así como para la protección y el ejercicio de derechos en los espacios digitales.

“Hay otros programas que han sido liderados por el Distrito Capital de Bogotá y el departamento de Antioquia, a través de Mujeres TIC y Mujeres Digitales, respectivamente. Ambas iniciativas se centran en el desarrollo de habilidades de trabajo para las mujeres, y el empoderamiento de esas capacidades mediante el uso de las TIC. Más recientemente, en Bogotá, la ONG Colnodo y varias agencias públicas condujeron una serie de capacitaciones en TIC para mujeres de diferentes zonas de la ciudad como parte del proyecto ‘Formación para la igualdad de oportunidades de las mujeres a través de las TIC’”, señala el informe “Derechos de la mujer en línea” de Fundación Karisma.

La Fundación Karisma, recuerda el informe, también ha estado apoyando a otras organizaciones de la sociedad civil en brindar información a las mujeres acerca de los tipos de agresiones en línea que pueden ser ejercidos en los espacios digitales y para proporcionar algunos mecanismos legales y sociales para informar de tales abusos. Esta iniciativa demostró que no existen mecanismos institucionales y jurídicos adecuados que pudieran permitir a las mujeres informarse eficazmente sobre la violencia en línea. Además, se estableció que ni las entidades del gobierno ni las autoridades del orden público entienden el problema de modo que puedan responder a tales abusos de manera precisa y oportuna.

“Una encuesta realizada en el año 2015 por la World Wide Web Foundation, encontró que todavía hay un largo camino por recorrer no solo para considerar a internet como herramienta valiosa para la búsqueda de información, para la expresión y para el ejercicio de los derechos, sino también para utilizarlo como una herramienta de empoderamiento”.

En cuanto a la intimidad y la seguridad en línea, explica el informe de la Fundación Karisma, el 38% de las mujeres encuestadas cree que las herramientas en línea (es decir, Facebook, YouTube, WhatsApp) les permite tener un espacio más seguro para expresarse y la gran mayoría no muestra preocupación por su intimidad o seguridad en las redes sociales.

Este estudio muestra un panorama más alentador en términos de género y tecnología. El 62 por ciento de las mujeres encuestadas cree que mujeres y hombres tienen igualdad de oportunidades para acceder a internet. La mayoría de estas mujeres también cree que no debe haber restricciones para que la mujer use internet en lugares públicos (85%) o en el acceso a contenidos en línea (89%). La web se entiende comúnmente como una herramienta que está disponible en igualdad de condiciones para hombres y mujeres. El problema parece ser la disociación entre el valor percibido de esta herramienta y las prácticas cotidianas al usarla.

Además, la experiencia de la violencia en línea ha llevado el 32% de estas mujeres a la autocensura o a bloquear o borrar a personas con las que no quieren interactuar por internet.

Este informe sostiene que, incluso en las comunidades de escasos recursos, internet es ya una realidad para las mujeres y los hombres, y no hay desigualdades de género trascendentales en términos de acceso a internet. Sin embargo, lo que aún hace falta en Colombia es darse cuenta del valor de internet como una herramienta para el empoderamiento y el ejercicio de derechos. Pocas mujeres lo usan como una herramienta política para informar y ser informadas. Conciliar el tiempo laboral y social de las mujeres con el uso de internet como un espacio para su empoderamiento y el ejercicio de sus derechos podría ser el mayor desafío

La encuesta de acceso, uso y apropiación de las TIC por parte de las mujeres en Colombia, hecha por el MinTIC, muestra que el 38% de las mujeres que tienen baja frecuencia de uso de TIC considera que las tareas domésticas como la limpieza y la preparación de alimentos, limitan el tiempo que pueden usar las TIC. El 11% de las encuestadas señaló que esta limitación está relacionada con la atención o el cuidado de familiares, especialmente niños, niñas, personas adultas mayores y personas con discapacidad.

Violencia digital contra mujeres periodistas

En cuanto a la violencia de género (VBG) en línea contra mujeres periodistas se observó, según Fundación Karisma, que estas mujeres sufren innumerables casos de violencia por el trabajo que hacen, pero sobre todo por su género. Al reconocer la violencia, sin embargo, hay una disociación de la causa (periodismo) y la forma (género). La violencia se ha naturalizado en esta profesión y la violencia no se reconoce como de género, sino como parte del trabajo periodístico.

El informe: “Derechos de la mujer en línea” de Fundación Karisma, especifica las características del acoso en línea que las mujeres periodistas informan:

1. Mensajes que transmiten estereotipos sexistas, sexuales y agresivos, donde el cuerpo es el arma y el campo de batalla para este tipo de violencia.
2. La descalificación es cuestión rutinaria, en donde la familia y las relaciones personales - en especial, la constante referencia a sus hijos y/o hijas- así como el aspecto físico, son citadas constantemente para intimidar o atacar.
3. La intimidación no cae en las ideas o los argumentos, sino más bien en el hecho de que es una mujer la que expresa una opinión.
4. Los temas que más a menudo desencadenan la violencia contra las mujeres periodistas son los relativos a los derechos de la mujer o de la comunidad LGBTI, al género y feminismo, a la denuncia del sexismo y el machismo en la sociedad, o al contenido político.

Las consecuencias de este tipo de violencia incluyen:

1. Cambio de hábitos, tal como cerrar cuentas en línea de redes sociales o la autocensura, así como el cambio de sus prácticas periodísticas a plataformas fuera de línea porque se concibe la web como un entorno violento, que puede crear una representación insuficiente de los informes de las mujeres y de sus opiniones en los medios de comunicación en línea.
2. El uso de apodos, seudónimos o alter egos para evitar que el debate se personalice y se vuelva violento.
3. La publicación –“retweets”– de mensajes violentos, con el objetivo de llamar la atención y exponer a la persona agresora.
4. El bloqueo de las cuentas de las personas agresoras y las denuncias ante las autoridades y los servicios de medios sociales.
5. El aumento de los niveles de estrés y los sentimientos de miedo y vulnerabilidad, entre otros.
6. Las autoridades encargadas de hacer cumplir la ley que reciben quejas, por lo general, no saben cómo manejarlas, tienen recursos precarios o no entienden las amenazas, ya que para ellas parece que no tienen verdaderas consecuencias para la víctima.

Los consejos que las mujeres periodistas reciben en su entorno personal y laboral (es decir, compañeros/as de trabajo, familiares, amistades), aunque bien intencionados, tienden a recomendarles que ignoren los ataques y, con frecuencia, les aconsejan no preocuparse.

Las mujeres periodistas que participaron en el estudio también identificaron que el mundo académico muestra apatía por esta situación. La percepción general que resulta de la investigación liderada por Fundación Karisma es que el papel de la mujer en internet, incluso de las mujeres educadas y con perfiles activos en línea, tiene que ser pasivo y tranquilo, no debe romper con el status quo o, de lo contrario, tener una voz y expresarla en plataformas digitales será causa de esta violencia.

Existe un gran desconocimiento de todas las partes - víctimas, autoridades y la sociedad en general - sobre cómo se manifiesta la violencia de género en línea, en particular, contra las mujeres periodistas.

La encuesta de acceso, uso y apropiación de las TIC por parte de las mujeres en Colombia, hecha por el MinTIC, señala que el 41% de las colombianas ha conocido algún caso de violencia contra las mujeres en las TIC. Sin embargo, varias formas de violencias de género se perciben como poco riesgosas. “Para las encuestadas las mayores formas de violencia de las que han sido víctimas las mujeres se refieren a la revisión y control de sus correos (9.2%) y al envío de mensajes ofensivos (6.4%) y por lo que más han sido discriminadas a través de Internet ha sido por su apariencia física (42%) y por su orientación sexual (42%)”.

Las cifras son alarmantes por ello resulta preocupante que se subestimen las violencias contra las mujeres en los espacios digitales, ya que producen afectaciones desde su emocionalidad y relacionadas con la violencia psicológica que generalmente causan daños en la vida laboral,

familiar, esto sin desconocer que muchas de estas traspasan a violencias físicas como los abusos sexuales.

Las violencias digitales pasan desapercibidas y se visibilizan cuando terminan en un hecho fatal, en Colombia no existe un tipo penal concreto sobre el tema. En el país las leyes y políticas que tienen que ver con tecnologías de comunicación e información no reconocen los derechos de las mujeres al acceso a la información y tampoco las violencias que pueden sufrir en los espacios digitales, las políticas relacionadas con violencias contra las mujeres no incluyen el tema de la tecnología ni reconocen la importancia.

La ley 1257 de 2008 es la herramienta jurídica más cercana que se tiene, pero infortunadamente no es conocida por parte de funcionarias, funcionarios y no necesariamente cuando se conoce se aplica, por ello es muy importante garantizar mecanismos para su implementación.

Tema 3: Libertad de expresión

En Colombia, la expresión pública de las mujeres de todas las edades es menor que la de los hombres, y la prensa refleja ampliamente esta desigualdad. A pesar de los avances, las mujeres aún enfrentan obstáculos estructurales y prácticas discriminatorias que las excluyen del debate público y les impiden ejercer en iguales condiciones que los hombres su derecho a expresar públicamente sus ideas y opiniones y recibir información.

Históricamente el acceso a los medios de comunicación, desde su nacimiento en 1785, ha sido para las clases económicas privilegiadas vinculadas a los poderosos del momento: hombres ricos y blancos; es decir que quedaban por fuera las voces de los hombres que no pertenecían a las altas clases sociales y absolutamente todas las mujeres. La narración de la evolución del periodismo nacional no incluye a las mujeres, sin embargo el trabajo de la historiadora Magdala Velásquez Toro ha rescatado la incidencia de mujeres como Soledad Acosta de Samper - colaboradora de revistas y periódicos, fundadora de la revista La Mujer- quien en 1892 presentó en un congreso internacional la monografía “Aptitud de la mujer para ejercer todas las profesiones y el periodismo en Hispanoamérica” planteando que “lo justo será abrir las puertas a los entendimientos femeninos”, solicitud vigente 128 años después porque en Colombia el 70% de los periodistas son hombres y el 30% mujeres según Cartografías de la Información (2019) del Centro de Estudios de la Fundación de la Libertad de Prensa, Flip.

Las publicaciones para mujeres, como la revista Letras y Encajes de principios del siglo XX, contenían temas sobre crianza, recetas de cocina o temas morales, hasta que con los movimientos sociales surgieron figuras con María Cano quien dejó huella en el periodismo por abordar discursos que eran propios de las voces masculinas como las luchas obreras, siendo además partícipe de la fundación de la revista Cyrano (1920). Sin embargo, es Agitación Femenina el primer medio de comunicación nacional “en favor de los derechos de la mujer y su condición en Colombia” creado en 1944 en la ciudad de Tunja, por mujeres de diferente procedencia social y política, con una circulación de dos años.

Desde entonces, poco se sabe de medios de comunicación cuyo enfoque sea la reivindicación de los derechos de las mujeres, siendo una de las necesidades más sentidas para reclamar la existencia de acceso a los medios de comunicación masivos para ejercer el derechos a la libertad de expresión – y de prensa - es dominada sobre todo por hombres, con poder económico, de origen urbano y muchas veces cercanos a los poderes políticos tradicionales del orden nacional y local constituyen los grupos propietarios de los medios de comunicación, con incidencia sobre las decisiones de directores, editores, reporteros: tres hombres, los más ricos del país, poseen el 57% de los medios.

“Muchos de los obstáculos y prácticas son manifestaciones de la discriminación basada en el género, además de otros factores, como la raza, el origen étnico, la religión o las creencias, la edad, la clase, la orientación sexual y la identidad de género, que sufren las mujeres en la región y que sigue generando disparidades en el ejercicio del derecho a la libertad de expresión en comparación con sus pares hombres. El impacto de estas prácticas discriminatorias es particularmente grave en el caso de mujeres que ejercen la libertad de expresión de manera activa y mantienen un alto perfil público, tales como las mujeres periodistas, las mujeres defensoras de derechos humanos y las mujeres políticas. De ahí, justamente, que la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) le solicitara a Colombia en 2018 tomar medidas urgentes para proteger a personas defensoras de derechos humanos y líderes sociales”.

Esta situación de discriminación se acentúa para las mujeres afrocolombianas e indígenas debido a la persistencia de barreras estructurales de acceso a los medios y estereotipos negativos y prejuicios hacia ellas.

Según datos de la Fundación para la Libertad de prensa (FLIP), en Colombia son ocho asesinatos de mujeres periodistas en razón de oficio: Mariam Ruíz Castañeda (1987), Marta Luz López (1989), Silvia Margarita Duzán (1990), Diana Turbay Quintero (1991), Amparo Leonor Jiménez (1998), María Helena Salinas Gallego (2000), Elizabeth Obando (2002) y Flor Alba Núñez (2015) (Pacifista <https://bit.ly/2v6PLDT>). A esta cuenta se suma dos mujeres han sido asesinadas por motivos vinculados al ejercicio de su profesión desde 2014. El 10 de septiembre de 2015, la periodista Flor Alba Núñez fue asesinada en Pitalito, departamento del Huila, al suroeste de Colombia. El 8 de octubre de 2017, Efigenia Vásquez Astudillo, periodista de la emisora indígena Renacer Kokonuko, fue asesinada en la región del Cauca, Colombia.

De acuerdo con el informe de la CIDH, la Federación Colombiana de Periodistas (Fecolper) señaló que “las particularidades que se asumen como mujer periodista se encarna muchas veces en abusos, coacción y acoso sexual, intimidación, abuso de poder y amenazas basadas en la condición de género”. En la misma línea, distintas periodistas colombianas han denunciado públicamente haber sufrido violencia y acoso sexual en el ejercicio de su profesión. Mabel Lara, Paola Ochoa, Claudia Morales y Claudia Julieta Duque denunciaron públicamente haber sufrido hechos de este tipo. En este contexto, la Red Colombiana de Periodistas con Visión de Género de Colombia lanzó la campaña #PeriodistasSinAcoso para reconocer y denunciar el acoso sexual en los medios de comunicación.

La violencia sexual ha sido un arma de guerra contra las mujeres en el marco del conflicto armado interno colombiano, y mujeres periodistas han sido víctimas a manera de represión por

ejercer el periodismo. El caso emblemático ha sido el de la periodista Jineth Bedoya, secuestrada, torturada y violada por paramilitares, hecho que ha inspirado campañas como “Es hora de no callar” y el decreto del “Día Nacional por la Dignidad de las Mujeres Víctimas de la Violencia Sexual en el marco del Conflicto Armado Interno”.

La Relatoría Especial de la CIDH ha subrayado que los Estados tienen la obligación de proteger a los y las periodistas, trabajadores y trabajadoras de los medios de comunicación frente a los actos de violencia. El informe “Mujeres Periodistas y Libertad de Expresión” (2018) de la CIDH especifica:

“Integrar una perspectiva de género en la protección de periodistas implica atender las necesidades particulares y riesgos específicos de las mujeres periodistas, asumiendo los principios de atención preferencial, interseccionalidad, transparencia y participación. En este sentido, una buena práctica del Estado colombiano es el ‘Protocolo específico con enfoque de género y de los derechos de las mujeres’, de la Unidad Nacional de Protección de Colombia, que prevé la creación de un Comité de Evaluación de Riesgo y Recomendación de Medidas (CERREM) de Mujeres, el cual cuenta con la participación de organizaciones de mujeres, órganos gubernamentales del Estado como la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer y representantes de órganos internacionales como ONU Mujeres. (Ministerio del Interior de Colombia. Resolución 0805 de 2012)”.

Además de las violencias contra las mujeres por su ejercicio periodístico, la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP) también ha informado sobre algunas de las discriminaciones que se viven al interior de los medios de comunicación, como la distribución de fuentes respondiendo a los estereotipos de género: “Tan solo el 21% de las mujeres periodistas cubren todos los temas o se encargan de secciones como política y justicia. “A la mayoría de mujeres periodistas se les encasilla en asuntos de sociales, cultura y publicidad, considerados como temas ‘suaves’” (Flip 2016). Así mismo, por sus atributos físicos, algunas mujeres han denunciado que son utilizadas para abordar fuentes masculinas con el propósito de “sacar la información”. Otro de los hallazgos discriminatorios de la Flip al interior de los medios son la violencia psicológica y “la inexistencia de condiciones igualitarias de trabajo y acceso a oportunidades. Los cargos de dirección en las mujeres periodistas representan sólo el 6%, mientras que en los hombres es del 40%” (Citado por la plataforma Pacifista en <https://bit.ly/38YpaYh>).

Este documento también plantea que algunos medios de comunicación han implementado iniciativas para incorporar la perspectiva de género tanto al interior de su estructura organizativa como en su agenda periodística. También se han desarrollado proyectos para analizar críticamente la forma en que las mujeres son representadas en las noticias y generar conciencia sobre su impacto en la perpetuación de estereotipos de género. Estos esfuerzos incluyen la iniciativa “Mujeres reescriben mujeres” (2018), a través de la cual el diario El Tiempo invitó a mujeres periodistas a reescribir 18 titulares calificados como “machistas” y que habían sido publicados en diversas publicaciones de Colombia y otros países. Sin embargo estas iniciativas no tienen perdurabilidad.

La Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP) en su Informe anual 2019 “Callar y fingir, la censura de siempre”, reportó un aumento de 257 periodistas amenazados en el trienio del 2014-2016 a 583 periodistas entre el 2017 y el 2019 después de los Acuerdos de Paz, debido

los enfrentamientos entre grupos armados ilegales por la lucha del control del narcotráfico y otras economías ilegales en los departamentos de Arauca, Nariño y Valle del Cauca. Asimismo, documentó, 515 ataques a la prensa en el país, de los cuales 137 fueron amenazas, 4 secuestros y 2 homicidios, ocurridos en el 2019. En este mismo año, en el contexto de los 40 días de manifestaciones y cacerolazos que iniciaron el 21 de noviembre, 66 periodistas fueron agredidos. También informa sobre el registro de 66 casos de acoso judicial que afectaron a 75 periodistas.

En el caso de las violencias contra periodistas por enfrentamientos entre grupos armados ilegales se mencionan a Natalia Cabrera, reportera víctima de desplazamiento forzado del departamento de Nariño por causa de las amenazas contra su vida y su familia, y a la periodista antioqueña Andrea Aldana a quien sus fuentes le dijeron que “por allá no se podía volver a aparecer” después de la publicación de su crónica sobre el enfrentamiento entre la Autodefensas Gaitanistas de Colombia y la banda de los Caparrapos por el control de las rutas del narcotráfico en la subregión del Bajo Cauca antioqueño.

Si bien, los capítulos del Informe de la FLIP hacen referencia a casos y cita opiniones de mujeres periodistas amenazadas, censuradas, acosadas judicialmente, entre otras, los datos presentados en este Informe no se encuentran discriminados por sexo, por lo que no es posible obtener panorama cuantitativo de las afectaciones dirigidas a las mujeres periodistas.

Sin embargo, vale la pena destacar el capítulo “Al hablar de mujeres”, en el cual la FLIP destaca “el liderazgo que han tenido las mujeres periodistas en el posicionamiento de los asuntos de género (...)” y hace referencia a los riesgos, dificultades y agresiones adicionales y particulares que viven las mujeres periodistas, sobre todo cuando informan sobre temas de género y violencias de género. En este aparte, se nombran y citan las periodistas Catalina Ruiz Navarro (Columinista de El Espectador) con un proceso penal vigente por la publicación de dos columnas que hablan de las denuncias realizadas por Verónica Pinto por violencia intrafamiliar contra su ex-esposo, el representante a la Cámara Andrés Villamizar; Mariángela Urbina (periodista de El Espectador y una de las creadoras de Las Igualadas, videocolumna) por las agresiones en su contra que incluyen amenazas de violencia sexual a través de redes sociales a raíz de su trabajo periodístico en Las Igualadas.

Tema 4: Participación en los medios y derechos laborales.

De acuerdo con un estudio de SembraMedia de 2017, en el 62% de los 100 sitios encuestados en Argentina, Brasil, Colombia y México las mujeres estuvieron involucradas en el inicio del 40% de los emprendimientos. Este hallazgo sugiere que las mujeres están aprovechando las ventajas de las bajas barreras de entrada de los medios digitales emprendedores, esquivando el techo de cristal de los medios tradicionales y construyendo sus propias empresas mediáticas. Las mujeres también están jugando un rol significativo en los equipos ejecutivos y gerenciales de estos medios, asumiendo posiciones de decisión en 57 de ellos.

El apartado 235 de la Plataforma de Beijing afirma: Aunque ha aumentado el número de mujeres que hacen carrera en el sector de las comunicaciones, pocas son las que han llegado

a ocupar puestos directivos o que forman parte de juntas directivas y órganos que influyen en la política de los medios de difusión. Se nota la desatención a la cuestión del género en los medios de información por la persistencia de los estereotipos basados en el género que divulgan las organizaciones de difusión públicas y privadas locales, nacionales e internacionales.

Sin embargo, en Colombia:

“Las periodistas que comenzaron a abrir espacio para las mujeres en los medios tuvieron una experiencia completamente diferente a la de quienes comenzaron en los 70 y las más recientes.

Las pioneras en el periodismo en Colombia nunca sintieron un ambiente machista por más que hubieran debutado en el oficio. Siempre se sintieron muy cómodas trabajando en un ámbito masculino y agradecen con cariño el apoyo que recibieron por parte de sus padrinos y jefes. Esta relación se puede explicar por dos razones. En primer lugar, en su gran mayoría eran mujeres de clase alta, con familias pudientes y con influencias en el país. Lo que puede explicar porque jamás fueron objeto de discriminación o sufrieron algún tipo de acoso.

Además, la novedad de que entrara una mujer en los medios hacía que por parte de sus compañeros y fuentes el trato fuera mucho más cordial y amable, casi paternal. En ese momento los colegas no veían a la mujer como competencia porque a ellas les asignaban las fuentes sociales o culturales y las páginas femeninas. Hay que rescatar que el que se les trata como algo a lo que hay que ayudar y proteger es un tipo de discriminación, del cual las periodistas jamás se percataron”. (Carreño y Guarín, 2008, p.83).

Además, “la mujer narra e interpreta los hechos desde otro ángulo; algunos entrevistados lo llamaron “el lado hembra” o femenino de la prensa. Lo anterior se ve reflejado en la aparición de nuevos temas en las agendas cuando comenzaron las mujeres a ejercer el periodismo. Varias pioneras confesaron el interés que tuvieron por escribir sobre la planificación, el sexo, la explotación laboral, el maltrato a menores, entre otros tópicos que rara vez se trataban. Muchas por hablar de ellos fueron fuertemente criticadas”. (Carreño y Guarín, 2008, p.84).

El recorte de personal y despidos masivos en medios de comunicación, que se ha incrementado sustancialmente en los últimos años, constituye una amenaza permanente para periodistas y profesionales de la comunicación en Colombia. El miedo a perder el trabajo es un factor determinante en la autocensura, censura, pluralidad de información, que en efecto interviene en la garantía de la libertad de expresión. Según el informe anual de la FLIP 2019, entre el 2016 y el 2019 fueron despedidas 1.100 personas de medios de comunicación, lo que se traduce en una reducción presupuestal y por tanto producción y circulación de contenidos de calidad de lo local a lo nacional. En este escenario, teniendo en cuenta que existe una brecha de desigualdad para las mujeres periodistas, vale preguntarse cuántas mujeres fueron despedidas, qué cargos ocupaban y en qué condiciones se dieron dichos despidos.

Paradójicamente, y como lo enuncia la revista Semana el 15 de febrero de 2020, seis mujeres ocupan cargos de dirección en medios regionales <https://www.semana.com/gente/articulo/las-mujeres-que-dirigen-los-seis-diarios-regionales-mas-importantes-del-pais/652000>, lo que se puede considerar en un limitado avance pero que también se ha recorrido camino desde 1995. Otras han abierto la puerta para que otras continúen.

Así mismo de acuerdo con la investigación de la Silla vacía acerca de propietarios de medios nacionales y locales realizada en 2016, se encuentra que la mayoría de medios siguen estando en manos de hombres y las mujeres son marginales en la propiedad de la mayoría de medios. De los 24 que tienen personas como dueños o accionistas, la mayoría son hombres y tres no tienen ninguna mujer entre sus accionistas. Solo en siete, las accionistas tienen más del 30 por ciento de la propiedad. Y de las tres donde tienen mayoría, dos son por herencia de hombres (en el diario del Sur lo tiene Lydia Stella Ceballos de Suárez, esposa de su cabeza, Humberto Suárez Burgos; en el Diario del Huila María Mercedes Rengifo de Duque heredó de su esposo la mayoría de acciones del medio), lo que muestra que los medios siguen estando bastante controlados por hombres, aunque las mujeres tengan cada vez más presencia en las redacciones e incluso en cargos directivos, de igual manera destaca que hay 9 directoras de los 26 medios.

Tema 5: Contenidos Sexistas en Medios y Comunicación Digital

De acuerdo con varias investigaciones consultadas, predominan cuatro rasgos sexistas en la publicidad colombiana en prensa y televisión como: “pasividad, agresividad, omisión y exclusión, cosificación y fragmentación en relación con la imagen de las mujeres.”

La Red Colombiana de Periodistas con Visión de Género lo constató en 2018 cuando realizó el análisis “Las mujeres en el cubrimiento de las elecciones presidenciales de 2018 en Colombia”, al monitorear El Colombiano, El Herald, El País y El Tiempo, periódicos generalistas con amplia difusión en este país, allí encontró que “durante los 36 días más movidos de la campaña electoral, recopiló 144 impresos donde se encontraron 651 piezas informativas y editoriales sobre el proceso electoral. En el análisis de este contenido, se pudo ver que la presencia de las mujeres como fuente de información significó [solo] el 20%, frente a los hombres que lo hicieron en un 80%”. (Valoyes Villa, 2019).

Adicional a lo anterior, se halló “que los derechos de las mujeres como tema especial de cubrimiento solo alcanzó a ser presentado en 4 piezas (0.61%), dato que indica que los derechos de las mujeres no fueron una temática de la agenda mediática en el marco de la participación política-electoral”. (Valoyes Villa, 2019).

En cuanto a la visibilización de las diferentes formas de violencia hacia las mujeres en los medios impresos, podemos concluir que las empresas mediáticas han hecho esfuerzos en presentar dichos casos, pero siguen cayendo en narrativas sexistas y estereotipadas que en varias ocasiones revictimizan a las mujeres y niñas vulneradas. Es este sentido hace falta una formación profunda a los equipos periodísticos en perspectiva de los Derechos Humanos de las Mujeres, en género y lenguaje incluyente, con el fin de que construyan y difundan relatos respetuosos de los derechos.

También se encontraron varios manuales o cartillas de recomendaciones de buenas prácticas para los medios de comunicación, como el caso de la Alcaldía de Cali con “Cambiar la mirada desde un periodismo no sexista” y de la Agencia Nacional de Televisión, con el manual “La

representación de mujeres y hombres en la televisión colombiana”, que da lineamientos para la representación equitativa de mujeres y hombres en las producciones audiovisuales del país.

Una mirada importante sobre los contenidos sexistas en medios y comunicación digital se debe hacer desde la destinación presupuestal que las administraciones públicas hacen en publicidad, particularmente en la promoción de información relacionada con los derechos de las mujeres y el género, de acuerdo con lo que dictan las normativas nacionales explicadas en el tema 1.

En este sentido, encontramos en el capítulo ¿Pauta o propaganda? del Informe anual 2019 de la FLIP, información relevante para abrir esta discusión. Entre el año 2016 y el 2019, las alcaldías de Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla y las gobernaciones de Valle del Cauca, Boyacá, Magdalena y Santander gastaron en total \$668.425.896.827 en contratos de publicidad oficial. Según denuncia la FLIP, “estas generosas chequeras cargadas con recursos públicos también fueron utilizadas para comprar contenido nativo (content marketing), para la realización de eventos y otra serie de propósitos que no necesariamente cumplen con la intención legal de la publicidad oficial y que por el contrario tienen dos efectos negativos: utilizar la pauta como un mecanismo de censura indirecta y engañar a las audiencias disfrazando propaganda de periodismo.” (FLIP, 2019)

Esta situación pone en evidencia los vacíos en el monitoreo y vigilancia del uso de los recursos públicos destinados a medios de comunicación por publicidad pagada y más aún, la arbitrariedad de los gobiernos locales y regionales en la destinación de recursos públicos en publicidad oficial, la cual debe cumplir la función de impulsar políticas públicas, derechos y obligaciones de la ciudadanía, promoción de servicios relacionados con la naturaleza de la institución, y los anuncios que estén obligados por la ley. ¿Cuánto de estos recursos contribuyeron a difundir las políticas públicas sobre los derechos de las mujeres?

Buenas prácticas sobre mujeres y medios de comunicación

Muchos de los proyectos, programas e iniciativas de comunicaciones con enfoque de género se han desarrollado a partir de la identificación de necesidades particulares de determinados grupos de mujeres, comunidades o audiencias. Dichas iniciativas han avanzado de forma independiente o con el apoyo de algunos medios masivos de comunicación, pero sin apoyo estatal y en pocos casos trabajando en red o de manera articulada con estrategias en común. Si bien el objetivo de la mayoría de estas propuestas se enfoca en informar de manera responsable, reducir los prejuicios en torno a los derechos y la representación de las mujeres en los medios y abrir nuevos canales de diálogo, son escasos los esfuerzos de los gobiernos por apoyar la creación de trabajos mancomunados y fortalecer la capacidad de sostenibilidad y permanencia de estas iniciativas. Esto último se manifiesta en la reducida inversión de presupuesto para los medios comunitarios y alternativos, los casos de inseguridad, acoso y violencia a los que se han enfrentado principalmente periodistas fuera de las grandes ciudades capitales y la corta vida de los medios que no cuentan con apoyo financiero.

Ni Reinas Ni Cenicientas

Ni reinas Ni cenicientas, propuesta de la Red Colombiana de Periodistas con Visión de Género (RCPV) para Canal Capital, fue un programa de televisión de formato documental protagonizado por mujeres con el fin de darles un espacio para hablar sobre sus derechos, su vida y sus sueños. El programa, que emitió 146 capítulos desde el año 2012 hasta el 2015, recibió reconocimientos en Colombia, México, España y en el Primer Congreso de Defensores del Televidente en Argentina se recomendó que su formato fuera replicado en otros países.

<http://www.redperiodistasgenero.org/multimedia/ni-reinas-ni-cenicientas>

Radio novela Lazos Invisibles

Una producción de la RCPVG y PC Media Impact sobre la igualdad en derechos entre mujeres y hombres, otra mirada para sus relaciones afectivas. El trabajo se realizó con emisoras comunitarias y personas sensibles al tema de varias localidades de Bogotá.

<http://www.redperiodistasgenero.org/lazos-invisibles/>

Publicaciones RCPVG

- Otras miradas para construir, comunicar y analizar la información
- Enrédate con las mujeres de Tunja. En busca de mis derechos
- Aportes para el ejercicio profesional. Un buen periodismo incluye la visión de género y los derechos de las mujeres
- DVD con 10 capítulos del programa Ni reinas Ni cenicientas con cartilla pedagógica
- Página web <http://www.redperiodistasgenero.org/>

Sentiido

Es un espacio de periodismo, análisis y opinión sobre diversidad sexual y de géneros (LGBTI). Es un medio de comunicación y un formador de opinión que invita a la reflexión, la participación y al debate por medio de un periodismo independiente, serio y responsable. Sentiido.com es una de las plataformas de la Fundación Sentiido, establecida en Bogotá, Colombia, en febrero de 2013.

<https://sentiido.com/>

Las Igualadas

Canal de youtube con enfoque de género del periódico El Espectador, en formato de youtuber, analiza temas relacionados con la garantía de los derechos de las mujeres

<https://www.youtube.com/channel/UCqTbeZBXruMeD5ySS42Q5cQ>

Siete Polas

Colectivo conformado por siete feministas con el objetivo de transformar un mundo sexista con el poder de la información y las palabras.

<https://sietepolas.com/>

Las Degeneradas

Podcast con enfoque de género del periódico El Tiempo.

<https://www.eltiempo.com/podcast/degeneradas>

Ciudad en Voz de Mujeres

Programa radial producido por mujeres y emitido por la emisora comunitaria Suba Al Aire de Bogotá

<https://www.facebook.com/Vozdemujeres/>

Ruta Pacífica de las mujeres

La Ruta Pacífica es un movimiento feminista con accionar político de carácter nacional, que trabaja por la tramitación negociada del conflicto armado en Colombia y por hacer visible el impacto de la guerra en la vida y cuerpo de las mujeres. Tiene un programa radial llamado "1.000 voces".

<http://1000voces.com/>

Viejas Verdes

Colectivo conformado por 8 mujeres feministas con una significativa presencia digital: Catalina Ruíz Navarro, María del Mar Ramón, Gigi Borré, Sher Herrera, Juliana Abaúnza, Matilde de los Milagros Londoño, Luisa Castellanos e Ita María. Su objetivo, conversar sobre aborto, derechos sexuales y reproductivos de la mujer y violencia contra la mujer en la red social y de comunicación más popular entre las personas jóvenes y adolescentes: Instagram. Su comunidad digital hoy está conformada por 6000 personas.

<https://www.instagram.com/lasviejasverdes/?hl=es>

La Píldora, Carol Ann Figueroa

Canal de Youtube que propone darle la vuelta a todo. Mirar al revés, que en realidad es el derecho. Burlarse del absurdo, señalar lo incómodo, decir lo que se calla, compensar las cargas, encontrar eureka, darnos fuerza, mandar al carajo de una vez por todas esa construcción diminuta y rígida que la sociedad pretende hacer de la mujer.

<https://www.youtube.com/channel/UCh5iC5J-VegUF-4QkLLqVAA>

#HABLEMOSDELASNIÑAS de Mutante

Mutante se define como un ejercicio de comunicación independiente que tiene como objetivo abrir conversaciones que aporten a una causa en particular, basadas en procesos de investigación periodística. Su primera conversación social la realizaron durante octubre y noviembre de 2018 acerca del problema de violencia sexual contra mujeres menores de edad en Colombia. En marzo de 2019, continuaron explorando el tema, enfocándose en lo que sucede en los colegios de Colombia en materia de cuidado y educación sexual.

<https://www.mutante.org/>

Mujeres Confiar

Sitio web promovido por la cooperativa financiera Confiar para reivindicar la participación de las mujeres colombianas en la cultura, la política y la economía.

<https://mujeresconfiar.com/>

La Liga contra el Silencio

La Liga contra el Silencio es una alianza de periodistas y medios de comunicación que combate la censura en Colombia. En febrero de 2019 publicaron un artículo producto de una investigación periodística sobre las irregularidades en la selección de fútbol juvenil femenina

relacionadas con corrupción, acoso laboral y sexual. El artículo fue publicado por 070, Crossmedia Lab, Cuestión Pública, ¡PACIFÍSTA!, Publimetro, VICE, Vokaribe.
<https://ligacontraelsilencio.com/2019/02/06/el-machismo-y-la-corrupcion-amenazan-al-futbol-femenino-en-colombia/>

La Morada

Se define como un “un colectivo en red sin ganas de hacer negocios, sin ánimo de formalizarnos, ni de corporatizarnos. Somos un colectivo con emisora, con un espacio (o morada material), con actividades, con alianzas para crear, para disfrutar, para encontrarnos”.
<https://morada.co/habitar/radio/>

RECOMENDACIONES

A pesar de la publicación de decálogos para el tratamiento de noticias con enfoque de derechos y perspectiva de género, el tratamiento informativo continúa cayendo en lugares comunes, machistas y sexistas. Sin embargo, se insiste sobre recomendaciones que puedan servir a colegas para el desarrollo de sus actividades en el periodismo y la comunicación:

1. **AUMENTAR LA PRESENCIA DE LAS MUJERES** en los medios, buscando que sus historias, voces, opiniones e ideas tengan mayor protagonismo en las producciones mediáticas. Según el Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP) del 2015, las mujeres sólo representaron el 10% del sujeto central de las notas informativas monitoreadas en más de 100 países, en los últimos 15 años.
2. **DIVERSIFICAR LA COBERTURA** sobre las mujeres como ciudadanas activas y con derechos, y no solo como víctimas o en roles secundarios. Las mujeres tienen de 2 a 3 veces más probabilidades de ser presentadas como víctimas que los hombres (GMMP, 2015) lo cual refuerza estereotipos femeninos de indefensión y debilidad.
3. **SANCIONAR SOCIALMENTE** en los medios toda forma de violencia contra las mujeres e incluir información para la denuncia y el restablecimiento de derechos de las víctimas. Insistir en que la violencia contra las mujeres no se da en casos aislados, sino que forma parte de un sistema machista donde la violencia es sistemática y normalizada. Lo más importante, este sistema se puede y se debe cambiar.
3. **SUPRIMIR LA PROYECCIÓN Y DIFUSIÓN** de imágenes estereotipadas de las mujeres en los medios de comunicación, y promover la representación de mujeres diversas, autónomas, capaces, en pluralidad de roles y espacios. Solo el 4% de las noticias cuestionan los estereotipos de género, lo cual termina, incluso sin quererlo, reforzando los roles tradicionales que perpetúan la desigualdad y las violencias hacia las mujeres y niñas. (GMMP, 2015)
4. **Crear una amplia BASE DE DATOS** que permita consultar fuentes femeninas conocedoras de las problemáticas del país y capaces de incorporar los derechos de las mujeres en la información. Equilibrar las vocerías en las noticias, buscando la aparición de mujeres expertas, con capacidad para analizar, opinar, recomendar.

5. Hacer USO CONSCIENTE DEL LENGUAJE. El lenguaje construye realidades y muchas están asociadas a la discriminación. Tener presente el enfoque y el uso de un lenguaje incluyente y no discriminatorio.

6. Garantizar IGUALDAD DE OPORTUNIDADES para las mujeres en los medios de comunicación, que garanticen su derecho a la libertad de expresión, a la integridad y a la no discriminación. Hay sobradas evidencias de la “división sexual del cubrimiento” de temas en los medios, que suele alejar a las mujeres de la política, el orden público, la justicia, y acercarlas a temas “femeninos” como la cultura y la farándula; de la diferencia en la asignación salarial de las mujeres frente a trabajos similares realizados por hombres; del “techo de cristal” que obstaculiza el ascenso a cargos de decisión. En Colombia, más del 70 por ciento de las periodistas cree que sí hay una agenda diferenciada para mujeres y hombres dentro de sus salas de redacción. (FLIP, 2017)

7. PROMOVER MEDIOS LIBRES DE ACOSO Y VIOLENCIA contra las mujeres, con políticas de cero tolerancia frente al acoso laboral y sexual por parte de compañeros, jefes y fuentes, y generar mecanismos efectivos de denuncia y restablecimiento de los derechos de las periodistas. Igualmente, es fundamental estimular redes de solidaridad entre pares, para que la denuncia de acoso sexual no sea considerado por la opinión pública como un asunto que les atañe únicamente a las mujeres.

8. IMPULSAR UNA CULTURA DE MUJERES LIBRE-PARLANTES que defienda la expresión de las mujeres y la sanción social a las violencias, así como el autocuidado de las mujeres que reportan en el terreno y en la web. Dado el contexto, el Informe Anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2017) insta a Colombia a “adoptar medidas (...) para prevenir los ataques y otras formas de violencia perpetrados contra mujeres periodistas y para enjuiciar y castigar a sus responsables” así como para “promover la denuncia de la violencia”.

9. INCLUIR LA FORMACIÓN EN GÉNERO Y DERECHOS DE LAS MUJERES en los medios y en las escuelas de periodismo y comunicación. “El que no sabe es como el que no ve”, dice el refrán. Las relaciones desiguales entre hombres y mujeres definen nuestra cultura, y se expresan cotidianamente en las familias, los trabajos, las parejas, las escuelas, las calles. Ver el mundo con ojos sensibles a los temas de género, cuestionar lo que “es normal”, desnaturalizar roles y estereotipos, cambiar los discursos y las prácticas implica mucha reflexión, formación y acción.

10. HABLAR ABIERTAMENTE de los impactos de la cultura machista en la vida de las mujeres y de los hombres en todas sus dimensiones y de sus implicaciones negativas para la paz, la democracia y el desarrollo de los países.

11. GARANTIZAR DERECHOS DIGITALES DE LAS MUJERES. El Estado debe hacer ajustes a las políticas públicas en los siguientes aspectos: 1) Revisar su agenda digital para asegurar que se incorporen las preocupaciones y prioridades de género; 2) Desarrollar indicadores para evaluar y establecer el verdadero acceso a internet de las mujeres, a fin de desarrollar respuestas políticas adecuadas que fomenten un mayor rango de uso de internet, la

participación ciudadana y el empoderamiento; 3) Incluir el desarrollo de capacidades y la utilización de internet y las TIC en los procesos educativos; 4) Aumentar la capacidad y la conciencia entre las autoridades encargadas de atender las denuncias de violencia de género en línea.

12. REALIZAR Y DIFUNDIR MONITOREOS DE MEDIOS. Hacer monitoreos específicos de radios comunitarias y otro tipo de medios alternativos; ampliar los temas y ámbitos de investigación: mujeres indígenas, comunidades afroamericanas, etc. y socializar los resultados en la mayor cantidad posible de espacios: públicos, abiertos, universidades, estudiantes de bachillerato; expertos/as, periodistas/as.

REFERENCIAS

1. Agencia Nacional de Televisión. (2018). "La representación de Mujeres y Hombres en la televisión colombiana".
2. Alcaldía de Santiago de Cali y Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo –AECID–. (2013). "Cambiar la mirada desde un periodismo no sexista".
3. Carreño Malaver, Ángela María y Guarín Aristizábal, Ángela María. (2008). La periodista en Colombia. Radiografía de la mujer en las redacciones (tesis de pregrado). Pontificia Universidad Javeriana, Colombia. En: <https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis121.pdf>
4. Castañeda Pinzón, Martha Carolina; Mejía Villa, Wilson Fabián y Ceballos Montoya, Valentina. (2014). Análisis de la relación de la publicidad en los estereotipos de género en un grupo de adolescentes universitarios: un estudio exploratorio. En: <https://intellectum.unisabana.edu.co/handle/10818/10403>
5. Charria Quintero, Adalgiza. (2013). Cambiar la mirada desde un periodismo no sexista. En: http://www.cali.gov.co/bienestar/publicaciones/117911/estudios_investigaciones_y_o_tras_publicaciones/
6. Dirección de Comunicaciones, Ministerio de Cultura. (2017). Memorias del "Encuentro de escuelas y procesos de formación en comunicación indígena (Cerrito - Valle del Cauca)". Colombia.
7. El poder femenino: las mujeres que dirigen los diarios regionales más importantes del país. (15 de febrero de 2020). Semana. En: <https://www.semana.com/gente/articulo/las-mujeres-que-dirigen-los-seis-diarios-regionales-mas-importantes-del-pais/652000>
8. Flores, Pamela. (2017). Cubrimiento periodístico y visibilidad del feminicidio en el Heraldo (Barranquilla, Colombia). Estudio de Caso. En: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-32612017000100002

9. FLIP. (2019). Informe: Callar y fingir, la censura de siempre. En: https://www.flip.org.co/images/Documentos/Informe_Anual_FLIP_2019_Callar_y_fingir.pdf
10. Fundación Karisma con el apoyo de la World Wide Web Foundation y la Agencia Sueca de Cooperación para el Desarrollo Internacional. (2015). “Derechos de la mujer en línea”, una iniciativa de investigación y promoción de políticas para el empoderamiento de la mujer a través de la web.
11. Mesa por el Derecho de las Mujeres a una Vida Libre de Violencias (2015). “La misma historia otra vez”. Vivencias de mujeres y barreras de acceso a la justicia. Ley 1257 de 2008. Tercer informe de seguimiento a la Ley 1257 de 2008. Colombia.
12. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones Colombia. (2018). “Lineamientos de política pública de comunicación de y para las comunidades y poblaciones negras, afrodescendientes, raizales y palenqueras (NARP)”.
13. Mujeres rescriben Mujeres, el reto de retitular noticias machistas. (20 de marzo de 2018). El Tiempo. En: <https://www.eltiempo.com/cultura/gente/el-reto-de-mujeres-rescriben-mujeres-para-retitular-noticias-machistas-195856>
14. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Manual de género para periodistas: Recomendaciones básicas para el ejercicio del periodismo con enfoque de género.
15. Proyecto de Monitoreo Global de Medios. (2015). Informe regional América Latina.
16. Red Nacional de Mujeres. Análisis de la Ley 1257 de 2008 en sus diez años de implementación. (2018). En: http://www.rednacionaldemujeres.org/phocadownloadpap/informe_ley_1257_digital_2018.pdf
17. Valoyes Villa, Sandra. (2019). En estas elecciones, también hace campaña la Red Colombiana de Periodistas con Visión de Género. Monitoreo de medios: Las mujeres en el cubrimiento de las elecciones presidenciales de 2018 en Colombia. En: <http://www.redperiodistasgenero.org/en-estas-elecciones-tambien-hace-campana-la-red-colombiana-de-periodistas-con-vision-de-genero/>
18. Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Edison Lanza, Relator Especial para la Libertad de Expresión (2018). “Mujeres Periodistas y Libertad de Expresión”. Discriminación y violencia basada en el género contra las mujeres periodistas por el ejercicio de su profesión.
19. Rivas Buitrago, Susana. (2014). Las narrativas sexistas presentes en la publicidad colombiana. <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/18423>
20. SembraMedia con el apoyo de Omidyar Network. (2017). “Punto de inflexión, impactos amenazas y sustentabilidad: estudio de emprendedores de medios digitales latinoamericanos”.

AUTORAS

Por Fundación Sentiido: María Mercedes Acosta y Lina Cuéllar.

Por Red Colombiana de Periodistas con Visión de Género: Gema Granados Hidalgo, Fabiola Calvo Ocampo, Sandra Valoyes Villa, Claudia Carrero Montealegre, Gerly Corzo y Mildred Ladino Gama.

Apoyo: Margarita Velásquez, Grace Montserrat Torrente y Laura Terán Pugliese.