

Las políticas de Comunicación y Género en América Latina: laboratorio en ebullición. Conversación entre Sandra Chaher y Dafne Plou

■ **Belén Puñal**, moderación de la conversación y edición del texto

Universidad Nacional Estatal de Milagro (Ecuador)



Dafne Plou y Sandra Chaher en la Librería de Las Mujeres, en Buenos Aires, en abril de 2015.
Fotos: Julia Tiscornia

Sandra Chaher y Dafne Plou son dos referentes, en Argentina, en el área de Comunicación y Género. Chaher fue alma máter, en el 2005, de Artemisa, una de las agencias pioneras en información desde la perspectiva de género, cuyo proyecto ha sido retomado en la actualidad por Comunicar en Igualdad. Plou es coordinadora del Programa de Mujeres en la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones y tiene en el ámbito de las tecnologías de información y género su especialidad. Aprovechamos la estancia de una de las investigadoras vinculadas a la organización de la RICD, Belén Puñal, en Buenos Aires en abril de 2015, para reunir las en la Librería de las Mujeres situada en la capital argentina.

— **Veinte años después de la conferencia mundial sobre la mujer de Beijing, y de la**

inclusión en la Plataforma de Acción de Beijing de un capítulo dedicado a comunicación, el J, ¿Cuál es la situación en lo que a Comunicación y Género se refiere? ¿Cuáles han sido los logros y cuáles los retos aún pendientes?

Sandra Chaher (SC): Hay cierta distancia entre el marco normativo internacional y lo que se fue avanzando en la práctica cotidiana, por lo menos en nuestra región. Yo empecé a trabajar estos temas en el año 2005 y, desde ese momento hasta ahora, sobre todo en nuestro país pero también en otros de la región, hubo bastantes avances. Muchos están muy lejos de lo que se propuso en el capítulo J de Beijing pero sin embargo son avances. El marco normativo internacional en relación con Comunicación y Género viene siendo bastante desatendido incluso

¹ En el [canal de youtube de RICD](#) se puede ver la entrevista completa. La conversación fue grabada en vídeo por Julia Tiscornia

en relación con estos avances. En las revisiones que se hicieron de Beijing, siempre se señaló el poco interés puesto en el capítulo J. La UNESCO creó a fines de 2013 una Alianza Global de Comunicación y Género con el objetivo de hacer incidencia en estas instancias que se venían de revisar en acuerdos internacionales, tanto en Beijing+20 como en la Cumbre de la Sociedad de la Información o los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Algo muy leve se está haciendo pero es muy poco si lo comparas con lo que puede ser un avance real en la normativa.

Dafne Plou (DP): Hace veinte años estábamos en Beijing viendo el tema del acceso de las mujeres a las tecnologías, ya fuera porque no había conectividad, o por la necesidad de que las mujeres se formaran para poder utilizar estas tecnologías. Esas son etapas superadas. Ahora nos encontramos con toda la cuestión de los contenidos: de qué manera también estos contenidos que se difunden por internet van incidiendo en la vida cotidiana, en el imaginario, en el pensamiento, en el debate de hacia dónde van los derechos de las mujeres, el tratamiento de su imagen, qué está pasando con la cosificación.

SC: Nosotras sacamos un libro el año pasado sobre políticas de Comunicación y Género en América Latina [*Políticas públicas de comunicación y género en América Latina: un camino por recorrer*, 2014] y me da la sensación de que algo en relación con una normativa acorde a Beijing está habiendo en esos países. Lo que está sucediendo es que hay una gran distancia entre esa normativa, que de todas formas es muy escasa, y la aplicación de política pública. En todo caso, me parece que hay avances en la región. En Argentina tenemos normativa para pornografía, para anuncios de ofertas sexuales, que se está cumpliendo. Tenemos Defensoría del Público, observatorios de medios, una ley que permite la posibilidad de sanciones aunque no se sepa todavía mucho si esas sanciones se están aplicando o no. No estamos como hace veinte años; tampoco estamos como Beijing pretendía.

— Insiste Sandra en que existe distancia entre la práctica cotidiana y el marco nor-

mativo. ¿Qué es lo que va por delante?

SC: Yo hacía la diferencia a nivel internacional, sobre todo. Si bien las revisiones de Beijing marcaron pocos avances, la realidad, por lo menos en nuestra región, fue marcando avances. Ya a nivel nacional, en lo referido a las leyes de cada país y como esas leyes llegan a lo cotidiano, y ahí existen dificultades en la aplicación de política pública, por lo que llegan poco a la gente.

DP: En Argentina se ha creado un observatorio de medios que trabaja con perspectiva de género y que va viendo estas cosas. En las defensorías del pueblo, varios defensores también han actuado con temas

que tenían que ver con los derechos de las mujeres. Pero son todas pequeñas cosas que no terminan de cuajar en un alineamiento específico. Falta que esté realmente presente en la política pública, como protocolos o alineamientos bien definidos.

SC: En los países que analizamos en el libro que acabamos de sacar (Argentina, Colombia, Brasil, México, Uruguay y Venezuela) vemos que en ninguno de ellos, ni siquiera en Argentina, que tiene el marco normativo más completo de todos, todo ese abanico normativo está explicitado como políticas públicas de Comunicación y Género. El Estado no se visualiza a sí mismo ejecutando una política pública en Comunicación y Género, ni tiene un organismo centralizado para llevarla adelante. Donde había disposiciones, muchas no se estaban aplicando, y donde había organismos creados, la mayoría tenían poco presupuesto. No puedes tener en el Estado un organismo perdido que se ocupe de este tema en particular. Las políticas de comunicación tienen una enorme complejidad, y dentro de ellas, las de Comunicación y Género se podrían incluir en todo lo que es discriminación en general. Y cuando digo género no me refiero sólo a mujeres sino a diversidad también. Es una problemática que necesita que la lleves adelante con una estrategia global.

— En el Capítulo J de la Declaración de Beijing se destacaban dos cuestiones: el sexismo en los contenidos y la necesidad de avanzar en la presencia de las mujeres

“Tenemos sobradamente probadas las desigualdades. La cuestión es que, quienes nos tienen que escuchar porque toman las decisiones, decidan hacer un reparto más democrático del poder”

Sandra Chaher



Un momento de la conversación entre Plou y Chaheer

en los medios. ¿Cómo se ha progresado en cada uno de estos aspectos?

DP: En los monitoreos que hace la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana —The World Association for Christian Communication (WACC)— muy lentamente se ve un nivel de participación mayor de las mujeres en los medios. A mí me parece fundamental que tantas mujeres hayan entrado en la carrera de periodismo. Si bien no todas trabajan desde la perspectiva de género, es importante el hecho de que las mujeres puedan poner sobre la mesa discusiones, su mirada, sus ideas respecto a la familia, a la sexualidad, el trabajo, las diferencias salariales. Sin embargo, tenemos compañeras que trabajan en medios donde todavía los editores siguen teniendo esa varita con la que no dejan pasar determinados temas: “¡Otra vez venís con los temas de género!” Muchas veces se ve también con los varones más jóvenes, a nivel staff medio, más apertura.

SC: Hay un recorrido desparejo de los dos objetivos estratégicos de Beijing. La incidencia en estos veinte años, de los estados, e incluso también de la sociedad civil, está puesta estratégicamente en objetivos vinculados a representación y hay mucho menor énfasis puesto en la democratización de los medios. La democratización de los medios implica objetar a las empresas en su estructura y políticas laborales, y es un terreno políticamente bastante más complicado. En el libro nuestro vemos que todas las medidas que hay en los seis países analizados

están vinculadas a la representación. No hay ninguna vinculada a la democratización de los espacios laborales. Dafne mencionó el monitoreo de la WACC cada cinco años sobre la representación de los contenidos. Llevó muchísimo más tiempo tener un estudio sobre la estructura laboral. Se hizo recientemente en el año 2010 y por lo pronto no hay un horizonte de que se vaya a repetir.

DP: En Argentina nos seguimos encontrando con que los principales locutores, animadores y conductores son varones, ya sean jóvenes o mayores. Si hay mujeres, tienen que estar súper operadas, hasta a veces con un toque muy sexy. Está bien que estés pero que te vean joven, atractiva, linda. Además de que siguen programas donde las mujeres son puro objeto.

SC: En relación con la representación, hay algunas cosas como muy llamativas. En Argentina, prácticamente en ningún medio nacional ves que se diga ‘crimen pasional’. Creo que tiene mucho que ver con que tenemos redes de periodistas fuertes, especializadas y especializados en género, que batallaron mucho. Esto no pasa en todos los países de la región.

— ¿Cómo veis la relación entre el mundo de la Academia y el de los movimientos sociales en la investigación y las iniciativas relacionadas con Comunicación en Género?

DP: Los posgrados, los diplomados, incluso las maestrías sobre Comunicación y



Dafne Plou

Género, son muy nuevos en nuestro país. No te podría decir de qué manera han influido pero si tenemos investigadoras que han trabajado muchísimo con el movimiento de mujeres y han sido parte del mismo, y desde la academia han organizado estudios muy interesantes. Y muchos de estos posgrados y diplomados que existen tienen que ver con los esfuerzos de estas mujeres. Algunas universidades, sobre todo las universidades más nuevas que se han creado en Argentina en estos últimos quince años, están haciendo estudios muy interesantes sobre movimientos sociales y pienso que allí puede estar la posibilidad de que haya una conexión mayor.

SC: Los posgrados son del 2011 para acá, posteriores al marco normativo nuevo que tenemos en Argentina y entiendo que consecuencia directa del mismo. El vínculo entre Academia y movimientos sociales funciona bien quizás dependiendo de personas individuales, que desde un lado u otro, pero sobre todo desde la Academia, se involucran mucho o incluso tienen un origen de pertenencia a los movimientos sociales. Sin embargo, me da la sensación de que sigue existiendo un poco ese recelo de la Universidad en relación con que quizás es poco riguroso el trabajo de los movimientos sociales. Yo no veo un involucramiento completo, hablando de Comunicación y Género, entre los movimientos sociales y las personas de los ámbitos académicos donde se estudia Comunicación y Género.

DP: Los movimientos sociales son tratados como un objeto de estudio. Hay toda una generación de feministas históricas en nuestro país, que han sido grandes profe-

soras, que sí han hecho esa conexión en sus cátedras, en los centros de estudios y demás. Eso quizás permita que pueda haber una conexión mayor pero hacerlo desde la academia fríamente no sé qué resultado daría. Resultaría en la percepción de los movimientos de mujeres como un objeto estudio.

SC: Hay en estos ámbitos prácticas diferentes que no se encuentran y creo que sería bueno que se encontraran porque no necesariamente son relatos contrapuestos. Sería interesante ponerlos en diálogo.

DP: En Argentina, a finales de la década del 80, se dio un fenómeno importantísimo que fue el de las radios comunitarias. Allí se formaron muchísimas comunicadoras sin necesariamente pasar por las universidades. Incluso surgieron programas donde se discutía de feminismo, de derechos de las mujeres. Me acuerdo uno que tenía Radio La Tribu que era *Vida, pasión y muerte de la vecina de en frente*. Sigue habiendo ahora grupos de mujeres con estos programas, y lo hacen de forma barrial. Quizás faltaría, pensando en la Academia, hacer esos estudios en los que se vea de qué manera esos debates llegan a la vecina de en frente.

— ¿Cómo valoráis el estado del arte en Comunicación y Género?

DP: Creo que se están haciendo por lo menos buenos análisis. En relación a mi ámbito de trabajo, las tecnologías de información y género, se está haciendo toda una reflexión —que no sé hasta qué punto llega a la academia más dura— desde el análisis del discurso hasta el análisis de los pasos legislativos. El tema está muy sobre la mesa. Hay todo un movimiento de comunicadoras, mujeres y varones también, que están muy atentos a lo que está pasando en estos ámbitos y que incluso han logrado en muchos casos confrontar a los dirigentes de empresas como Facebook, Twitter, Instagram, cuestionando sus protocolos y conductas en las redes sociales e incluso logrando cambios interesantes.

SC: Pensando en los medios masivos, que es el tema que yo más trabajo, hay dos cuestiones que a mí me preocupan y que no veo como quisiera en la investigación. Tenemos ya diagnósticos suficientes con las desigualdades. Ahora lo que falta es un paso a la acción, entrar un poco en las redacciones. En estos últimos años se ha

incidido en sacar a las periodistas y a los periodistas de las redacciones y proponerles capacitaciones, y la dificultad siempre está en las redacciones, en poder entrar en las prácticas de las redacciones. Desde la sociedad civil, desde organizaciones como la nuestra, hemos intentado entrar, y en general es algo mal recibido. Creo que hay un trabajo pendiente en cuanto a intensificar el vínculo con las empresas de medios, empezar a dialogar, y que las empresas abran las puertas a estas discusiones. Otro tema importante en América Latina es empezar a discutir el derecho a la libertad de expresión vinculado al derecho a la no discriminación. El derecho a la libertad de expresión, que valoramos enormemente quienes hacemos comunicación, también tiene límites, porque en nombre de ese derecho se vulneran otros. No sé hasta qué punto las empresas pueden sostener, argumentando la libertad de expresión, que no se pueden sacar los anuncios de oferta sexual, que no se puede dejar de cosificar a las mujeres. Hay que empezar a debatir profundamente, siempre en el marco de los derechos humanos.

DP: Cuando hablamos de violencia contra las mujeres se dice que las mujeres quieren censurar Internet, y en realidad los cuestionamientos han sido a sitios que fueron creados para la ‘pornovenganza’, en los que gente, en su mayoría hombres, mandan fotos íntimas que fueron compartidas en un momento de confianza para arruinarle la vida a la mujer que fue su pareja. Si escribes algo antisemita en este país, te corre la policía. Pero podés decir las mismas barbaridades contra una mujer y no te corre nadie.

A mí me parece muy interesante como han ido variando los discursos. Para el día contra la violencia contra las mujeres hay muchos programas de radio que no tienen ningún problema en tratarlo. Sólo algunos periódicos, que nosotros denominamos pasionales, pueden hablar de crimen pasional pero ya no cuadra en el lenguaje de un periodista medio hablar de esa manera. No obstante hay muchas otras formas de violencia, como en algunos programas de televisión que son específicamente sexistas. En el caso de Internet, donde no hay límites, es necesario comenzar a pensar de qué manera esa violencia influye en las generaciones jóvenes que se están formando.

SC: Hay que considerar, por lo menos en Argentina, las diferencias entre los medios nacionales y los regionales. Más allá de la ciudad de Buenos Aires y de los medios

“Las agencias de información desde la perspectiva de género aportan nuevas miradas de la realidad. A los medios masivos les cuesta mucho incluir las temáticas con perspectiva de género”

Dafne Plou

nacionales y quizás incluso de los medios que son más importantes en cada provincia, sigue habiendo tratamientos muy negativos en violencia de género, y vas a otros medios de la región y también pasa. Creo que esto tiene que ver con que los medios estén más o menos expuestos a las estrategias de incidencia que puedan venir de la sociedad civil, de los organismos internacionales o del propio Estado. Hoy, en Argentina por lo menos, la vulneración de derechos vinculados a género se está jugando mucho más en relación con la diversidad que con las mujeres. En relación con los derechos de las mujeres, los medios van entendiendo, porque se ha incidido en ello durante muchos años, que los tienen que incorporar.

— ¿Cómo valoráis el estado del arte en violencia de género y en medios de comunicación?

SC: Hay todavía demasiado trabajo en el diagnóstico. De Beijing para aquí se decidió que los monitoreos y los observatorios iban a ser la herramienta feminista para hablar de las desigualdades, pero me parece que ya está. Tenemos sobradamente probada las desigualdades. La cuestión es que, quienes nos tienes que escuchar porque toman las decisiones, decidan hacer un reparto más democrático del poder. Y sabemos que siempre corre sangre cuando se pide una democratización del poder.

DP: Siempre tiene que haber un gran esfuerzo de las mujeres, y de algunos hombres solidarios, para alcanzar los objetivos.

SC: Cualquier grupo subordinado que necesita que se le reconozcan sus derechos va a tener que dar una batalla, y en ese sentido las mujeres no somos diferentes a otros gru-

pos. Hay que pasar a sentarse y decir que se trata de un tema claro de reparto de poder.

— **En los últimos años han nacido varias agencias de información desde la perspectiva de género. ¿Qué es lo que aportan?**

DP: Aportan nuevas miradas de la realidad. Creo que desde allí hay muchísimo para construir. Están aún creciendo y afianzándose. A los medios masivos les cuesta mucho incluir las temáticas con perspectiva de género.

SC: Yo vengo de los medios masivos e hice el paso a la prensa alternativa. Como dice Dafne, aportan diversidad de miradas. Sería bárbaro, así como ustedes tienen agencias en tres regiones de España, que nosotras pudiéramos tener cinco o seis que reflejaran la diversidad porque Argentina es un territorio esencialmente diverso. Nosotras trabajamos, en Comunicar Igualdad, desde la perspectiva de Buenos Aires, muy centralista. Creamos estas agencias porque no tenemos espacio para temas de género en medios masivos. Cuando creamos Artemisa en el año 2005, yo por lo menos tenía dos motivaciones muy importantes. Una es que, por cada sumario que presentaba en las redacciones en las que trabajaba, me quedaban siete u ocho notas afuera de temas que parecían relevantes. Y después hay una autonomía en el trabajo distinta a la de un medio masivo y muy atractiva.

DP: Me parece muy interesante que pueda haber estas redes de apoyo mutuo entre organizaciones o agencias de distintos países para poder dar fuerza a la inclusión de la perspectiva de género también en el tratamiento de la información.

SC: Yo creo que es interesante dar la batalla en todas las áreas de la comunicación, y me gustaría que los medios masivos tuvieran más espacio para los temas de género. En Argentina tenemos el único diario de toda la región que tiene un suplemento sobre mujeres y otro sobre diversidad. Sería bueno que estos suplementos estuvieran en otros diarios, que todas las áreas tuvieran

perspectiva de género, que no solamente en las áreas de sociedad aparecieran temas de género. Por otra parte, estas agencias llevan un enorme esfuerzo, porque hay poquísimos recursos para sostenerlos. Nosotras, en Artemisa, cuando empezamos a trabajar en el 2005 teníamos mucho apoyo fundamentalmente de todo el sistema de Naciones Unidas y hoy ese apoyo resulta restringido.

DP: Realmente el dinero de la cooperación internacional es cada vez más escaso y, al mismo tiempo, no es fácil vender información como la venden los otros tipos de agencias.

SC: Es un trabajo que se hace con mucho esfuerzo militante, con lo cual la gente se cansa y el proyecto deja de existir. Además tenemos líneas políticas claras en Beijing que dicen que hay que apoyar económicamente este tipo de proyectos. En nuestra experiencia en Argentina durante diez años, no

hemos podido ir al Estado a oficina alguna y pedir un apoyo específico por estar trabajando en un tema que debería ser apoyado con recursos oficiales. En unas épocas tenemos recursos oficiales y en otras no, pero no depende de una política pública destinada a sostener este tipo de proyectos, es más bien aleatorio. Son proyectos que se sostienen con mucho voluntarismo.

— **¿Habéis podido influir de alguna manera, desde las agencias de información con perspectiva de género, en los medios de comunicación masivos?**

SC: Nunca pudimos hacer un estudio. Siempre fue un tema pendiente ver de qué manera nuestras colegas y nuestros colegas que trabajaban en medios masivos tomaban el trabajo nuestro como fuente. Es difícil decir si tus productos influyen en los medios masivos pero no tengo ninguna duda de que este tipo de experiencias genera una conciencia, un consenso sobre la necesidad de que el periodismo tenga otras miradas. Primero aparece una agencia en el año 2005 en Argentina. Seis años después tienes posgrados. Se van generando una base sobre la que después construís y seguís construyendo

“El objetivo es que, quien hace información política, cultural o económica, pueda mirar los hechos con perspectiva de género. Esto no es una parte de la vida, esto es la vida completa”

Sandra Chaher

y vas haciendo escalones.

— **¿Cómo analizáis la situación de la formación en perspectiva de género?**

SC: En Argentina tenemos estos posgrados y tenemos la Universidad de Cuyo, que va a ser la primera universidad del país que va a tener una materia dentro del currículum de grado en Comunicación sobre perspectiva de género.

DP: Por lo menos, desde la carrera, que tengan conciencia de que existe perspectiva de género.

SC: Pero además, por la manera en que concebimos la comunicación en género, como una mirada transversal sobre la realidad, lo mínimo deberías tener una materia, dos o tres específicas y después transversalizar la perspectiva en esta carrera y en todas las demás. El objetivo es que, quien hace información política, cultural o económica, pueda mirar los hechos con perspectiva de género. Esto no es una parte de la vida, esto es la vida completa. Mejor que haya una materia obligatoria en el currículum que no la haya, pero estamos lejísimos de la perspectiva de transversalización.

— **¿Qué papel juega el derecho a la comunicación en la agenda de debate en América Latina y la reflexión alrededor del derecho de las mujeres a la comunicación?**

SC: Los debates que nuestra región estuvo teniendo en los últimos años en relación con las leyes de medios permitieron sacar a la luz la necesidad del derecho a la comunicación de toda la ciudadanía, no sólo de las mujeres. Dafne puede describir mucho mejor que yo el proceso en Argentina, porque fue parte de la aprobación de la Ley de servicios de comunicación audiovisual y de cómo en ese proyecto de ley fue incluido el derecho a la comunicación de las mujeres. Hoy tenemos una ley con algunos artículos vinculados a la perspectiva de género pero sin la perspectiva de género transversalizada.

“Creo que tenemos unas leyes magníficas, bien escritas y con mucho contenido. La cuestión es cómo lo convertimos en política pública”

Dafne Plou



Sandra Chaher

DP: En la ley de medios de Argentina se trabajó muchísimo con audiencias públicas en todo el país. Fue un proceso realmente muy interesante la discusión de la ley y se logró plasmar en el texto una cantidad de acuerdos de nivel internacional que tienen que ver con los temas de equidad de género, incluso algunos que eran muy nuevos provenientes de la Cumbre de la Sociedad de la Información. Creo que tenemos unas leyes magníficas, bien escritas y con mucho contenido. La cuestión es cómo lo convertimos en política pública.

SC: Estos debates en la región ayudan muchísimo a volver a hablar del derecho a la comunicación para toda la ciudadanía. En América Latina, en los últimos años, tuvimos un panorama alentador al respecto que tuvo mejores y peores resultados dado que en algunos países están siendo utilizadas las leyes de medios muy autoritariamente. Este momento de debate de las comunicaciones es óptimo para poner en el debate las voces de los colectivos habitualmente subordinados.

NOTAS BIOGRÁFICAS

Belén Puñal es doctora en Comunicación por la Universidad de Santiago de Compostela y docente invitada en la Universidad Estatal de Milagro (Unemi) en Ecuador. Forma parte del grupo de investigación Comunicación, Comunidad y Cambio Social de la UNEMI, del Observatorio de Comunicación Ciudadana de la UNEMI y de la red de investigación REAL_CODE (Red Europa América Latina de Comunicación y Desarrollo). Es investigadora en Comunicación y Género y ha participado en diversas investigaciones sobre la representación mediática de la violencia machista y de la prostitución.

Contacto: belenpunhal@gmail.com, [@belenpunhal](https://twitter.com/belenpunhal)

Sandra Chaher es periodista, consultora en comunicación y docente en la Universidad de Buenos Aires y en la Universidad Nacional de General Sarmiento. Preside la Asociación Civil Comunicación para la Igualdad y dirige el Diploma Superior de Comunicación y Género, iniciativa de dicha entidad. Es autora y compiladora de los libros *Políticas públicas de comunicación y género en América Latina: un camino por recorrer* (2014), *Las palabras tienen sexo I* (2007) y *Las palabras tienen sexo II* (2010). Fue presidenta de la Asociación Civil Artemisa Comunicación.

Contacto: sandrachaher@comunicarigualdad.com.ar, [@SandraChaher](https://twitter.com/SandraChaher)

Dafne Sabanés Plou es comunicadora social e investigadora en género, comunicación y tecnologías de la comunicación. En relación con esta especialidad, ha participado en conferencias regionales y de la ONU. Es coordinadora regional del Programa de Mujeres en la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones y autora en diversos artículos sobre género, comunicación y TICS. Cuenta con experiencia en gestión y coordinación de proyectos y programas. Del 2009 al 2011 fue coordinadora en América Latina y Caribe del proyecto *Objetivos para el Desarrollo del Milenio 3 '¡Dominemos la tecnología para erradicar la violencia hacia las mujeres!'*.

Contacto: daphne.plou@gmail.com, [@dafnetemperley](https://twitter.com/dafnetemperley)