

Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo A. Podestá"
Repositorio Institucional

Jornada ZOOM a los Derechos. Buenas prácticas en comunicación y géneros

Año
2016

Autores
Achilli, Carla; Avendaño, Carla; Lapasini,
Carina y Pozzi Vieyra, Marcela

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Avendaño Manelli, C., Achilli, C., Lapasini, C., & Pozzi Vieyra, M. (2016). *Jornada ZOOM a los Derechos. Buenas prácticas en comunicación y géneros*. *Sociales Investiga*, 1(1), 111-122.

Recuperado a partir de

<http://socialesinvestiga.unvm.edu.ar/ojs/index.php/socialesinvestiga/article/view/52>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

Jornada ZOOM a los Derechos. Buenas prácticas en comunicación y géneros

Lic. Carla Achilli
carliachilli@gmail.com
Universidad Nacional de Villa María

Dra. Carla Avendaño
cavendano_manel@yahoo.com.ar
Universidad Nacional de Villa María

Mgter. Carina Lapasini
carinalapasini@hotmail.com
Universidad Nacional de Villa María

Lic. Marcela Pozzi Vieyra
marcepozzi@gmail.com
Universidad Nacional de Villa María

Jornada ZOOM a los Derechos. Buenas prácticas en comunicación y géneros

Resumen

El Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Villa María, a través de Universidad Joven, en articulación con la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual de la Nación y con las carreras de Comunicación Social, Sociología, Ciencia Política, Diseño y Producción Audiovisual, llevó a cabo una jornada de reflexión y aprendizaje sobre "Comunicación y Género", el día jueves 19 de mayo de 2016 en el Campus de la UNVM.

El programa consistió en la presentación de producciones federales que, en 60 segundos, asumieron el desafío de promover la equidad de género como derecho de las audiencias de radio y TV. Además, se concretó un taller para periodistas y estudiantes de comunicación y una capacitación especial para docentes y talleristas sobre "Cómo enseñar y aprender comunicación y géneros".

La actividad fue gratuita y participaron estudiantes de las carreras de Comunicación Social, Ciencias de la Comunicación, Ciencia Política, Sociología, Desarrollo Local y Regional, Diseño y Producción Audiovisual, personal del Centro Integrado de Medios de la UNVM, funcionarios/as de gobierno, organizaciones sociales, políticas, profesionales de medios, docentes de los distintos niveles educativos y comunidad en general.

Palabras clave: derechos humanos, comunicación audiovisual, buenas prácticas, género, Universidad Joven

Introducción

A través del presente artículo se intenta visibilizar una actividad de Extensión Universitaria desarrollada conjuntamente entre la Secretaría de Investigación y Extensión del Instituto de Ciencias Sociales, la Licenciatura en Comunicación Social y el Programa Universidad Joven de la Universidad Nacional de Villa María, la Defensoría del Público y la Red de Carreras de Comunicación y Periodismo (RedCom).

La Jornada se organizó con el objetivo de promover la equidad de género en la Docencia y Medios de Comunicación Audiovisual, uno de los derechos de las audiencias garantizado en la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Para ello, se desarrolló una jornada de buenas prácticas de comunicación y género a partir del trabajo con 20 videominutos con perspectiva de género que ganaron el concurso "ZOOM a los Derechos" realizado por la Defensoría del Público en el año 2015.

Además, se concretó un taller para periodistas y estudiantes de comunicación y una capacitación especial para docentes y talleristas sobre “Cómo enseñar y aprender comunicación y géneros” con los siguientes objetivos:

- Deconstruir discursos de los medios de comunicación desde el enfoque de derechos.
- Construir herramientas a partir de la apropiación de los recursos audiovisuales y fomentar en los participantes la incorporación de las mismas a sus prácticas comunicacionales y a la construcción de sus relatos en los medios.
- Brindar experiencias que den cuenta que es posible y herramientas para iniciar/profundizar ese camino.

A fin de comprender la importancia de esta actividad, en primer lugar se introduce a la problemática de Género, para luego integrarla con la Comunicación Social. En este trayecto se funden consideraciones conceptuales con la aproximación a los marcos normativos que las regulan. Seguidamente, se presenta el accionar de la Defensoría del Público como promotora, y por último, se desarrollan apreciaciones acerca de la dinámica de la Jornada.

En clave de género

Según Eduardo Mattio (2011) nuestras representaciones y auto-representaciones de lo que significa encarnar tal o cual género son el producto de diversas tecnologías sociales provenientes de los discursos de la ciencia médica, la religión, el arte, la literatura y fundamentalmente los medios masivos. En la actualidad, la predominante presencia de los medios en nuestra sociedad requiere someter a debate y reflexión prácticas y discursos naturalizados en las representaciones sociales y que los medios reproducen en el tratamiento de noticias, publicidades, etc. Aquellos mandatos construidos social e históricamente que atribuyen espacios, roles y tareas diferenciadas para mujeres y varones, estereotipos que discriminan o niegan la diversidad y pluralidad de maneras de ser y estar en el mundo, colectivos sociales estigmatizados o invisibilizados de la escena pública por su condición de género.

Los medios de comunicación, como agentes de cambio en la construcción de discursos que prioricen el respeto por los derechos humanos, tienen una gran responsabilidad. Trabajar en los medios de comunicación desde la perspectiva de género es promover la equidad, construir relaciones sociales con igualdad de derechos y oportunidades para todas las personas.

En este sentido, problematizar y ejercitar la perspectiva de género aplicada al campo de la comunicación social es trabajar la visibilización en los medios de la desigual valoración de mujeres y niñas, el tratamiento sexista de noticias sobre violencia contra las mujeres, el carácter homolesbotransfóbico de las lógicas mediáticas, entre otras.

La violencia mediática es uno de los tipos de violencia que contempla la Ley 26.485 promulgada en el año 2009 en nuestro país, entonces considerarla como un problema que excede los intereses y deseos personales para conceptualizarla como un problema político, lo cual permite realizar acciones en pos de prevenir las violencias en los medios de comunicación.

La citada Ley, denominada “Ley de protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones

interpersonales”, establece cinco tipos de violencia contra la mujer: física, psicológica, sexual, económica y patrimonial, y simbólica. Esta última se considera como aquella que “a través de patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos transmita y reproduzca dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales, naturalizando la subordinación de la mujer en la sociedad” (Ley 26.485).

Dentro de la “violencia simbólica” está considerada la “violencia mediática contra las mujeres como aquella publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipados a través de cualquier medio masivo de comunicación, que de manera directa o indirecta promueva la explotación de mujeres o sus imágenes, injurie, difame, discrimine, deshonre, humille o atente contra la dignidad de las mujeres, como así también la utilización de mujeres, adolescentes y niñas en mensajes e imágenes pornográficas, legitimando la desigualdad de trato o construya patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o generadores de violencia contra las mujeres” (Ley 26.485).

En clave comunicacional

Teniendo en cuenta el papel de los medios como fundamental en la construcción de opinión pública, en la transmisión de valores, y en el tratamiento y representación de las mujeres; consideramos que mediante la reproducción de imágenes estereotipadas se condiciona tanto a hombres, mujeres y diversas identidades genéricas en el desarrollo de sus proyectos vitales y sus márgenes de libertad. Es fundamental considerar a estas reproducciones mediáticas como parte de prácticas violentas, que definen los “umbrales de violencia” (Femenías, 2009) formando lo que se acepta socialmente, construyendo la imagen que vemos en el espejo de nuestras propias prácticas naturalizadas, y también, al mismo tiempo, siendo causa y efecto de la mediatización. Estos “umbrales” forman el margen de lo que en los medios permite decir lo que sea “necesario” con el objetivo de conseguir mayor cantidad de audiencias.

En este sentido, revisar las prácticas de productores de medios permite desnaturalizarlas y pensarlas como una posibilidad política. Como dispositivos de saber y poder (Foucault, 2002) los medios participan activamente en procesos de construcción discursiva de las subjetividades legitimando modelos, conductas y actitudes y cristalizan las prácticas sociales en determinados roles disponibles y esperables. Estos procesos y divisiones plantean una estructura tal que favorecen a representaciones naturalizadas, las cuales son difícilmente cuestionadas.

Como una respuesta de Estado ante la cristalización de la problemática de género y violencia desde la construcción de los medios, en el año 2009 Argentina sanciona la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, LSCA (26.522). La conocida mediáticamente como la “Ley de Medios” constituye no sólo un instrumento jurídico para regular la producción, circulación y gestión de medios y producciones audiovisuales, sino ha sido un hito a nivel mundial por tratarse del resultado de años de debates de múltiples sectores comprometidos con una nueva definición de la Comunicación Social.

El nuevo paradigma que se instaura con la “Ley de Medios” en primer lugar desplaza el tradicional y hegemónico concepto de la comunicación como mercancía propio de las sociedades libremercadas, por una concepción que coloca al ser humano como sujeto de derecho en primer lugar, al Estado como garante de esos derechos fundamentales. En ese marco, la comunicación se entiende como un Derecho y por lo tanto, esta ley es el instrumento que regula su cumplimiento como tal.

Los objetivos que persigue la LSCA se basan en:

a) La promoción y garantía del libre ejercicio del derecho de toda persona a investigar, buscar, recibir y difundir informaciones, opiniones e ideas, sin censura, en el marco del respeto al Estado de Derecho democrático y los derechos humanos, conforme las obligaciones emergentes de la Convención Americana sobre Derechos Humanos y demás tratados incorporados o que sean incorporados en el futuro a la Constitución Nacional; b) La promoción del federalismo y la Integración Regional Latinoamericana; c) La difusión de las garantías y derechos fundamentales consagrados en la Constitución Nacional; d) La defensa de la persona humana y el respeto a los derechos personalísimos; (...) f) La promoción de la expresión de la cultura popular y el desarrollo cultural, educativo y social de la población; g) El ejercicio del derecho de los habitantes al acceso a la información pública; h) La actuación de los medios de comunicación en base a principios éticos; i) La participación de los medios de comunicación como formadores de sujetos, de actores sociales y de diferentes modos de comprensión de la vida y del mundo, con pluralidad de puntos de vista y debate pleno de las ideas; (...) m) **Promover la protección y salvaguarda de la igualdad entre hombres y mujeres, y el tratamiento plural, igualitario y no estereotipado, evitando toda discriminación por género u orientación sexual** [el resaltado es nuestro] (Ley 26.522. Art. 3º)

Dentro de las características que pueden ser consideradas “llamativas” de este instrumento jurídico, es que es “una ley comentada” con vastas notas al pie que referencian, no sólo las fuentes sobre las cuales se basaron las discusiones que se materializaron en el articulado, sino también las definiciones conceptuales que fundan los principios y contenidos particulares de esta Ley. Pueden destacarse como notas al pie de los artículos 2º y 3º que los objetivos de la ley están alineados con los textos internacionales de derechos humanos, en particular los que se exponen vinculados a la libertad de expresión¹:

(...) 1 Nosotros, los representantes de los pueblos del mundo², (...) declaramos nuestro deseo y compromiso comunes de construir una Sociedad de la Información centrada en la persona, integradora y orientada al desarrollo, en que todos puedan crear, consultar, utilizar y compartir la información y el conocimiento, para que las personas, las comunidades y los pueblos puedan emplear plenamente sus posibilidades en la promoción de su desarrollo sostenible y en la mejora de su calidad de vida, sobre la base de los propósitos y principios de la Carta de las Naciones Unidas, respetando plenamente y defendiendo la Declaración Universal de Derechos Humanos. 2 Nuestro desafío es encauzar el potencial de la tecnología de la información y la comunicación para promover los objetivos de desarrollo de la Declaración del Milenio, a saber, erradicar la pobreza extrema y el hambre, instaurar la enseñanza primaria universal, promover la igualdad de género y la autonomía de la mujer, reducir la mortalidad infantil, mejorar la salud materna, combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades, garantizar la sostenibilidad del medio ambiente y fomentar asociaciones mundiales para el desarrollo que permitan forjar un mundo más pacífico, justo y

¹ Convención Americana sobre Derechos Humanos (artículo 13.1) Convención UNESCO de Diversidad Cultural. Constitución Nacional. Artículo 14, 32, 75 inciso 19 y 22. Principio 12 y 13 de la Declaración de Principios de Octubre de 2000 (CIDH). artículo 13. 3 inciso 3 de la CADH. Se agregan aspectos relacionados con expresiones de la Cumbre de la Sociedad de la Información en orden a la eliminación de la llamada brecha digital entre ricos y pobres. En la Declaración de Principios 12 de mayo de 2004 Construir la Sociedad de la Información: un desafío global para el nuevo milenio (...)

² Reunidos en Ginebra del 10 al 12 de diciembre de 2003 con motivo de la primera fase de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información.

próspero. (...) 3 Reafirmamos la universalidad, indivisibilidad, interdependencia e interrelación de todos los derechos humanos y las libertades fundamentales, incluido el derecho al desarrollo, tal como se consagran en la Declaración de Viena. (...) 4 (...) La comunicación es un proceso social fundamental, una necesidad humana básica y el fundamento de toda organización social. Constituye el eje central de la Sociedad de la Información. Todas las personas, en todas partes, deben tener la oportunidad de participar, y nadie debería quedar excluido de los beneficios que ofrece la Sociedad de la Información. (...) [el resaltado es nuestro] (Ley 26.522. "Notas" Art. 2º y 3º)

Esta última conceptualización de la comunicación como proceso social, necesidad humana básica, fundamento inherente a toda organización social, es decir como eje central de la sociedad, sólo puede ser concebida a partir de que todas las personas tengan iguales oportunidades de participar. Por lo tanto, se convierte en un derecho humano que debe ser garantizado por el Estado para que todos y todas (por género, edad, etnia, condición socio económico cultural e ideológica) gocen de los mismos beneficios de escuchas y ser escuchados.

A la defensa de los Derechos

Los medios de comunicación audiovisual conformados sobre la base mercantilista, reproducen estereotipos y producen otros nuevos, además de patrones de consumo que catalizan los procesos productivos sobre los que se consolidan las sociedades capitalistas. Estos cánones generan concepciones hegemónicas acerca de prototipos estéticos y exitistas, que ensanchan la brecha entre los que se acercan al ideal y los que se alejan de él, pero se resienten por ese hecho. La publicidad es el ejemplo más ilustrativo.

En virtud de ello, la LSCA estipula, entre otros, que "(...) Los avisos publicitarios no importarán discriminaciones de raza, etnia, género, orientación sexual, ideológicos, socio-económicos o nacionalidad, entre otros; no menoscabarán la dignidad humana, no ofenderán convicciones morales o religiosas, no inducirán a comportamientos perjudiciales para el ambiente o la salud física y moral de los niños, niñas y adolescentes (Ley, 26.522. CAPITULO VIII. Art. 81).

Dentro de las innovaciones incorporadas a la LSCA, se crea la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación³ que en su sitio Web se presenta como:

...el lugar que la Ley 26.522 destinó para que los oyentes y televidentes puedan presentar sus consultas, reclamos y denuncias. Estamos trabajando para que a lo largo y ancho de la Argentina, de manera simple y gratuita, puedas hacerlo.

³ cuyas principales funciones son: a) Recibir y canalizar las consultas, reclamos y denuncias del público de la radio y la televisión y demás servicios regulados por la presente teniendo legitimación judicial y extrajudicial para actuar de oficio, por sí y/o en representación de terceros, ante toda clase de autoridad administrativa o judicial. (...) c) Convocar a las organizaciones intermedias públicas o privadas, centros de estudios e investigación u otras entidades de bien público en general, para crear un ámbito participativo de debate permanente sobre el desarrollo y funcionamiento de los medios de comunicación; d) Realizar un seguimiento de los reclamos y denuncias presentados e informar a las autoridades competentes, a los interesados, a la prensa y al público en general sobre sus resultados y publicar sus resultados³⁷; (...) f) Convocar a audiencias públicas en diferentes regiones del país a efecto de evaluar el adecuado funcionamiento de los medios de radiodifusión (...) se expresará a través de recomendaciones públicas a los titulares, autoridades o profesionales de los medios de comunicación social contemplados en esta ley, o de presentaciones administrativas o judiciales en las que se les ordene ajustar sus comportamientos al ordenamiento jurídico en cuanto se aparten de él, en los casos ocurrentes. Audiovisual (Ley, 26.522. CAPITULO IV Art. 19)

Vos tenés derechos y te vamos a defender para que se cumplan. Tenés derecho a que en la radio y la televisión no se promuevan o se inciten tratos discriminatorios, a que no se menoscabe la dignidad humana, a que no haya violencia simbólica contra las mujeres ni comportamientos perjudiciales para el ambiente o para la salud de las personas y la integridad de niñ@s y adolescentes.

La ley considera que los medios de comunicación son de interés público, que la información es un derecho, no un negocio, y que las trabajadoras y trabajadores de la radio y la televisión tienen responsabilidad social. Vos tenés derecho a la comunicación, a dar y recibir información, ideas y opiniones, a buscarlas y difundirlas. El derecho a la comunicación es tuyo, es inalienable y no te lo puede sacar nadie, ni una persona, ni una corporación. Contá con nosotr@s para hacerlo cumplir. (Defensoría del Público)⁴

Firma esta Bienvenida [Cynthia Ottaviano](#), la Defensora del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual desde la creación del organismo. La entidad no actúa bajo la órbita del Poder Ejecutivo Nacional (del que dependía la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual), sino del Poder Legislativo. La Comisión Bicameral es la encargada de proponer al/la titular de la Defensoría del Público y debe recibir cada año un informe de sus actividades que se organizan a través de cinco áreas de desempeño:

1. Relaciones con las Audiencias, que recibe y responde las consultas, solicitudes de información pública, reclamos y denuncias del público. Además, está a su cargo la generación de estadísticas e informes sobre las actuaciones de la Defensoría.
2. Protección de Derechos y Asuntos Jurídicos, que define los cursos de acción frente a denuncias y consultas del público, elabora dictámenes especializados sobre políticas públicas de comunicación y analiza los derechos protegidos por la LSCA y los principios universales en la materia.
3. Investigación, Monitoreo y Análisis, que se ocupa de estudiar, analizar y promover los fundamentos que dan cuerpo y sustento a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, sus implicaciones culturales y políticas y la relación con los sujetos individuales y colectivos abarcados por el derecho humano a la comunicación.
4. Capacitación y Promoción de la Ley, a cargo del diseño e implementación de acciones que contribuyan a ampliar el conocimiento ciudadano acerca del Derecho Humano a la Comunicación y los derechos que lo asisten a partir de la vigencia de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.
5. Comunicación institucional: desarrolla la información interna y externa de la Defensoría. Hace foco en la imagen institucional a través de la creación del isologo, de campañas gráficas, radiales y televisivas. Se encarga de difundir el desempeño del organismo, de manera externa e interna. Traza una línea publicitaria para sustentar y fortalecer el trabajo de las otras áreas, que tienen como idéntico objetivo promocionar y visualizar la tarea de la Defensoría del Público⁵.

Dentro del área "Capacitación y Promoción de la Ley" se inscribe la Jornada ZOOM a los Derechos. Ésta surge de un concurso que llevó adelante la Defensoría en 2015, cuyo objetivo central ha sido promover la equidad de género como derecho de las audiencias de la radio y la televisión. La convocatoria invitó a pensar el rol de los medios audiovisuales como promotores de relaciones igualitarias y no discriminatorias entre

⁴ <http://www.defensadelpublico.gob.ar/es/secciones/quienes-somos>

⁵ <http://www.defensadelpublico.gob.ar/es/preguntas-frecuentes>. La enumeración es nuestra.

varones y mujeres, por orientación sexual o identidad de género. Se trata de veinte videominuto realizados en el marco del concurso "ZOOM a los Derechos de la Defensoría del Público. Propuestas ciudadanas para construir una comunicación plural, diversa e inclusiva"⁶

El jurado de la convocatoria seleccionó veinte propuestas que fueron financiadas para la realización de los videominuto. Con estas microproducciones audiovisuales, la Defensoría, conjuntamente con otras instituciones como la Red de Carreras de Comunicación y Periodismo, generaron una agenda de Jornadas en las universidades del País de las ciudades de las cuales hubiese un videominuto ganador.

La primera Jornada Zoom para mis Derechos, en Villa María.

El jueves 19 de mayo de 2016 en el Campus de la UNVM llevó a cabo la Jornada "ZOOM a los Derechos" actividad de reflexión, producción y aprendizaje sobre "Comunicación y Género" organizada desde el Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Villa María, a través de Universidad Joven, en articulación con la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual de la Nación y con las carreras de Comunicación Social, Sociología, Ciencia Política, Diseño y Producción Audiovisual.

El programa incluyó presentación de producciones federales que, en 60 segundos, asumieron el desafío de promover la equidad de género como derecho de las audiencias de radio y TV; un taller para periodistas y estudiantes de comunicación, y una capacitación especial para docentes y talleristas sobre "Cómo enseñar y aprender comunicación y géneros".

Participaron de esta actividad estudiantes de las carreras de Comunicación Social, Ciencias de la Comunicación, Ciencia Política, Sociología, Desarrollo Local y Regional, Diseño y Producción Audiovisual, personal del Centro Integrado de Medios de la UNVM, funcionarios/as de gobierno, organizaciones sociales, políticas, profesionales de medios, docentes de los distintos niveles educativos y comunidad en general.

La Jornada que comenzó a las 10.00 y culminó después de las 18.00, se desarrolló en tres momentos:

1. Derechos en primer plano: de la idea a la realización audiovisual

En esta instancia, las integrantes de la Defensoría del Público, Lic. María Soledad Ceballos y Lic. Romina Coluccio, desarrollaron la presentación Pública de las producciones audiovisuales del Concurso ZOOM a los Derechos que tuvo como objetivo central promover la equidad de género como derecho de las audiencias de la radio y la televisión. La convocatoria invitó a pensar el rol de los medios audiovisuales como promotores de relaciones igualitarias y no discriminatorias entre varones y mujeres, por orientación sexual o identidad de género.

Se trabajaron los siguientes ejes: ¿Por qué contar una historia que promueva la igualdad de género en los medios? Comunicar en un minuto, el diseño de un guión audiovisual desde un enfoque de derechos humanos. Desafíos y obstáculos del proceso de realización. Las propuestas abordadas para construir una comunicación plural, diversa e inclusiva fueron las siguientes:

⁶ <http://www.defensadelpublico.gob.ar/es/secciones/zoom-derechos>

Titulo / procedencia	Concepto / autores	Disponible en:
AIRE (Mar del Plata - BUENOS AIRES)	Una voz en la radio acompaña cuatro historias de la vida cotidiana para desnaturalizar los imaginarios presentes en la comunidad. Autoría: Mariano García, María Itatí Fernández Puentes y Javier Rodolfo Sintiolo.	https://www.youtube.com/watch?v=Wua-mGuoWxg&list=PLqh-tFgTpOtVjEob_Iz9nLzBmz4WaBg5O&index=3
MICRÓFONOS (Resistencia - CHACO)	¿Las voces de mujeres y varones circulan en igualdad por los medios? Un relato animado en 2D ayuda a pensar la respuesta. Autoría: Gerardo Mansur.	https://www.youtube.com/watch?v=FdvAqP-D2eM&list=PLqh-tFgTpOtVjEob_Iz9nLzBmz4WaBg5O&index=4
NO VIOLENCIA. DEL BARRIO A LOS MEDIOS (CABA)	Jóvenes que se expresan mediante la música para luchar contra la discriminación. En la calle y en los medios, reclaman un trato igualitario. Autoría: Iván Novotny y Patricia Lacolla.	https://www.youtube.com/watch?v=IEBJWTJfRKE&list=PLqh-tFgTpOtVjEob_Iz9nLzBmz4WaBg5O&index=5
UN PUEBLO, TODAS LAS CULTURAS, LOS MISMOS DERECHOS (Rosario - SANTA FE)	Mujeres de comunidades originarias expresan su propio relato sobre el mundo. Quiénes son y cómo se piensan. La diversidad cultural como bandera. Autoría: Soledad Becerro, Mariel Vallasciani, Santa Claudia Romero, Bruno Schillagi, Nahuel Almada y Celeste Ferrari.	https://www.youtube.com/watch?v=PTGtegQtKpE&index=6&list=PLqh-tFgTpOtVjEob_Iz9nLzBmz4WaBg5O
MI HERMANO MAYOR (CABA)	¿Incluye la televisión a las personas sordas? Emilia interpela a las audiencias desde la simple idea de una merienda compartida mirando dibujos animados. Autoría: Victoria De Michele y Noelia Seguí.	https://www.youtube.com/watch?v=KckvzXwi0u4&index=7&list=PLqh-tFgTpOtVjEob_Iz9nLzBmz4WaBg5O
POR UNA TELEVISIÓN A COLORES (TU CUMÁN)	Ellas plantean qué televisión quieren ver. Una apuesta por la incorporación de las diversidades sexuales a lo largo y ancho de las programaciones. Autoría: Mariana Rodríguez Fuentes y María del Milagro Mariona Busignani.	https://www.youtube.com/watch?v=SBZtF9wFaxE&list=PLqh-tFgTpOtVjEob_Iz9nLzBmz4WaBg5O&index=8
LIMPIEZA PARA TODOS LOS GÉNEROS (CABA)	Porque la realidad cambia, la publicidad también. Una propuesta para compartir las tareas domésticas en los medios. Autoría: Paula Natalia Carrot, Diego Bustamante, Laura Noemí Corriale, Hernán Fachado, Gonzalo Jair Fernández y Jorge Cristian Ferreyra.	https://www.youtube.com/watch?v=EX-63JB5FH4&list=PLqh-tFgTpOtVjEob_Iz9nLzBmz4WaBg5O&index=9
IGUALDAD EN LA QUEBRADA (JUJUY)	En Humahuaca, radio y danza para escuchar y mirar desde otro lugar. Porque en la diversidad está la igualdad, voces que hacen zoom a los derechos para romper los prejuicios. Autoría: Pablo Aramayo.	https://www.youtube.com/watch?v=GgPe2D1B_g&list=PLqh-tFgTpOtVjEob_Iz9nLzBmz4WaBg5O&index=10
ENTRE TODOS NOSOTROS, TODAS ELLAS (La Plata - BUENOS AIRES)	Una propuesta para resignificar los femicidios en clave de asunto público. Titulares y cifras para dimensionar el carácter masivo, cotidiano y transversal de esta problemática social. Autoría: Julián Cáneva, Flavia Delmas, Juan Manuel León Maldonado y María Florencia Actis.	https://www.youtube.com/watch?v=vLyzxGH-GA&index=11&list=PLqh-tFgTpOtVjEob_Iz9nLzBmz4WaBg5O
ESPEJOS (CÓRDOBA)	De la "familia tipo" a la diversidad de tipos de familias. ¿El cambio está representado en la televisión? La escena de una comida en el hogar invita a pensar. Autoría: María José Yorio y Sofía Viviana Gual.	https://www.youtube.com/watch?v=WaRBUIron7o&index=12&list=PLqh-tFgTpOtVjEob_Iz9nLzBmz4WaBg5O
YO SOY (CABA)	¿La cámara refleja la realidad o la construye? El registro del registro utilizado como recurso para pensar si lo que se ve siempre muestra lo que se es. Autoría: Raúl Cifuentes y María Serrano.	https://www.youtube.com/watch?v=fGrp2JdQahM&index=13&list=PLqh-tFgTpOtVjEob_Iz9nLzBmz4WaBg5O
VENTANAS (CÓRDOBA)	Mira televisión en el sillón y se incomoda con lo que ve. Apaga el aparato. Se da cuenta que no es la única y que	https://www.youtube.com/watch?v=1Q2Sx2qpThM&index=14&list=

	esa tampoco es su única opción. Autoría: Patricia Denise Gualpa, Juan Pascual Sgró, Víctor Humberto Guzmán y María Candelaria Sgró Ruata.	PLqh-tFgTpOtVjEob Iz9nLzBmz4WaBq5Q
GUANTES DE GOMA (CABA)	Qué pasa cuando los roles sociales se modifican pero los discursos mediáticos no. Los cambios provocan desfasajes, anacronías, crisis y oportunidades para la creatividad. Autoría: Noelia Mercado y Maximiliano Di Napoli.	https://www.youtube.com/watch?v=XaHu5Bjx92U&list=PLqh-tFgTpOtVjEob Iz9nLzBmz4WaBq5Q&index=15
DESARMA Y SANGRA (CÓRDOBA)	Desde la animación en arena se vivencian las transformaciones que exigen las publicidades a los cuerpos y rostros de las mujeres. Autoría: Victoria Inés Suárez.	https://www.youtube.com/watch?v=YEN2QWr4ihc&list=PLqh-tFgTpOtVjEob Iz9nLzBmz4WaBq5Q&index=16
NEGRA SOY (CABA)	Ante representaciones que no las representan o agendas que invisibilizan las luchas de la población negra, tres mujeres afro construirán sus relatos para decir "presentes". Autoría: Mariela Zunino y Alejo Araujo.	https://www.youtube.com/watch?v=kySnv_E1LLs&index=17&list=PLqh-tFgTpOtVjEob Iz9nLzBmz4WaBq5Q
HOLA, SOY ALE (Villa María – CÓRDOBA)	Un videoarte que expone la tensión entre la identidad como proceso en constante movimiento y transformación y los discursos que buscan definir, inmovilizar o estereotipar a las personas. Autoría: Ana Laura Zurek.	https://www.youtube.com/watch?v=VpaWqhOc&index=18&list=PLqh-tFgTpOtVjEob Iz9nLzBmz4WaBq5Q
EL AMOR NO MATA (CABA)	La violencia contra las mujeres no tiene justificación. Una cobertura periodística sobre un femicidio que invita a repensar la práctica de quienes informan. Autoría: Pedro Daniel Guerrieri.	https://www.youtube.com/watch?v=xjMa0_r9Kdw&index=19&list=PLqh-tFgTpOtVjEob Iz9nLzBmz4WaBq5Q
LA DECISIÓN (SANTA FE)	A partir de un anuncio televisivo una mujer resuelve dar un paso para dejar atrás la situación de violencia que atraviesa. La decisión de la mano de la información. Autoría: Rocío Belén Pérez, Sebastián Manuel Rosado, Franco Citroni y Nicole Boasso.	https://www.youtube.com/watch?v=OrsAFclse48&index=20&list=PLqh-tFgTpOtVjEob Iz9nLzBmz4WaBq5Q
ABRAZO DE GOL (CABA)	Ella adora el fútbol y su papá intenta disuadirla de jugar a la pelota. Un suceso durante la transmisión del partido lo hará comprender que pueden compartir la misma pasión. Autoría: Iván Stoessel y Federico Pozzi	https://www.youtube.com/watch?v=1JRhyE9K5c0&list=PLqh-tFgTpOtVjEob Iz9nLzBmz4WaBq5Q&index=21
CAMBIÁ DE CANAL (Bariloche - RÍO NEGRO)	Una mirada sobre el rol de los medios en la construcción de los imaginarios sociales, para ver qué discursos suman o restan en la vida cotidiana de las mujeres. Autoría: Florencia Taylor y Fabián Agosta.	https://www.youtube.com/watch?v=ja0Z4I8j9WY&list=PLqh-tFgTpOtVjEob Iz9nLzBmz4WaBq5Q&index=22

Fuente: <http://www.defensadelpublico.gob.ar/es/secciones/zoom-derechos>. Elaboración propia.

Nota: El videominuto titulado "Hola, soy Ale", uno de los ganadores, fue dirigido, guionado y producido por la Lic. Ana Laura Zurek, graduada de la carrera licenciatura en Diseño y Producción Audiovisual de la Universidad Nacional de Villa María.

2. Enfoque de géneros en la producción televisiva

En este taller estuvo destinado a diferentes actores de la comunicación: periodistas, equipos de producción, estudiantes de nivel universitario o terciario el objetivo era reflexionar fundamentalmente en las prácticas de producción televisiva situaciones puntuales en relación a las violencias contra las mujeres.

Se trabajó con las imágenes construidas en la pantalla televisiva, como uno de los medios más masivos, tales como los estereotipos en los roles entre varones y mujeres, la visibilización de las familias diversas, los derechos de las personas trans. Como herramientas de utilizaron animaciones, ficciones y documentales que abordan en 60

segundos un conjunto de temas de interés y relevancia social presentes en la discusión pública para elaborar estrategias de cómo incorporarlos a los programas televisivos.

3. Comunicación y géneros en espacios educativos

En este taller destinado fundamentalmente a actores educativos: docentes y facilitadores/as de procesos de sensibilización. Se trabajó como un taller para cubrir necesidades y demandas de la formación profesional en general, y de la docente en particular, en temáticas complejas que exigen abordajes multidisciplinares y en permanente actualización. Mediante el análisis de los 20 videominutos se analizará desde una mirada integral, crítica y compleja, los fenómenos de las violencias y la discriminación que aparecen en los ámbitos escolares desde una perspectiva de derechos y de género, es decir, desde los marcos que brinda la Ley 26.150/2006 de Educación Sexual Integral.

En este sentido, se observó que docentes se encuentran interpelados/as por las múltiples, novedosas y variadas demandas de *lxs alumnxs*, la irrupción de la conflictividad social en el espacio escolar y los contenidos que se ofrecen en los medios de comunicación no encontrando muchas veces las herramientas para abordarlos, ni los elementos conceptuales para comprender dichos fenómenos. Se advirtieron en muchas situaciones la reproducción de estereotipos, representaciones e imaginarios sobre las violencias y sus causas.

Es por esto que a partir de producciones breves se incorporaron reflexiones sobre equidad de géneros en la comunicación a los procesos de enseñanza-aprendizaje. Realizando un diseño de actividades de diagnóstico, debate y producción para el aula.

Consideraciones Finales: ¿Por qué “Buenas Prácticas”?

Con más de 50 personas participando, se desarrolló la 1º jornada de buenas prácticas en comunicación y géneros en la Universidad Nacional de Villa María. Trabajadores y trabajadoras de medios y estudiantes de comunicación participaron de la propuesta.⁷

La Jornada “ZOOM a los Derechos” reunió durante ocho horas a estudiantes y docentes de Comunicación, y trabajadores de medios de Córdoba. En esta oportunidad se abordaron los contenidos principales de la LSCA referidos a derechos, el rol de la Defensoría, el concurso Zoom a los Derechos con la participación de la autora del videominuto ganador perteneciente a Villa María, quien detalló los aspectos creativos y realizativos de la producción.

Luego del corte para almorzar en el Comedor Universitario, la actividad se tornó en taller, organizados en grupos de discusión y producción con consignas específicas que debían actuarse al final del tiempo estipulado. En el tercer momento, las integrantes de la Defensoría expusieron las propuestas didácticas para trabajar con los videominutos en espacios escolares y de educación informal.

La Jornada “ZOOM a los Derechos” ha constituido una buena práctica en Comunicación y Géneros al desnaturalizar los estereotipos existentes de raigambre cultural y las diferentes formas de violencia hacia las mujeres y otros sectores, que se reproducen masivamente debido al accionar de los medios de comunicación; generar estrategias de análisis y producción, tanto para la educación formal en los diferentes niveles, informal,

⁷ Cfr. Defensa del público (2016)

como así también en los productores audiovisuales; compartir experiencias entre diferentes actores sociales de diversos puntos del país, es decir, federalizar las vivencias y acciones orientadas a la promoción de los Derechos Humanos.