

Presentación

Introduction

Igualdad de género, medios y educación: Una alianza global necesaria

Gender equality, media and education: A necessary global alliance

Editores Temáticos / Guest-edited special issue:

Dr. Francisco-José García-Ramos, Universidad Complutense de Madrid (España)
Dr. M. Soledad Vargas-Carrillo, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (Chile)
Dr. Alexandra Wake, RMIT University of Melbourne (Australia)



El 18 de diciembre de 1979, la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó la «Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer» reconociendo que «la máxima participación de la mujer, en igualdad de condiciones con el hombre y en todos los campos, es indispensable para el desarrollo pleno y completo de un país, el bienestar del mundo y la causa de la paz». A día de hoy, cuarenta años después de esta Convención, las medidas planteadas en su Art. 10 relativos al papel de la educación para conseguir estos objetivos siguen siendo, incluso en los países donde más se ha avanzado en este sentido, una asignatura pendiente en el sistema educativo. Más aún si contemplamos los nuevos contextos de desigualdad fruto de la revolución mediática y tecnológica y la dificultad para implementar estrategias y políticas efectivas en educomunicación que, desde una perspectiva de género, sigan combatiendo la discriminación y violencia contra la mujer y educando en los valores de igualdad y diversidad.

La Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, celebrada en Beijing en septiembre de 1995, dio un impulso a este propósito dando como resultado la elaboración de la «Declaración y Plataforma de Acción de Beijing» (Beijing 95), uno de los marcos más progresistas e inspiradores elaborados hasta la fecha -todavía lo sigue siendo a día de hoy- para promover el empoderamiento y los derechos de la mujer a nivel global centrando su atención en doce esferas de relevancia estratégica.

En lo que afecta al papel de la mujer en, y a través de, los medios de comunicación, la «Sección J» de Beijing 95 supuso todo un hito al establecer un marco específico de recomendaciones y objetivos estratégicos en este terreno. Veinticinco años después de la aprobación de este texto, sigue siendo de vital importancia seguir reivindicando la «Sección J» tanto desde los medios de comunicación como desde los espacios de formación reglada y no reglada. Y, en especial, por los distintos agentes sociales vinculados a la educación superior tanto del ámbito de la comunicación como de la educomunicación.

Ahora que 2020 es testigo de la revisión de la «Declaración y Plataforma de Acción de Beijing 1995» en el marco «Beijing +25», cabe insistir una vez más en la relevancia estratégica que supone seguir implementando las medidas y los objetivos establecidos en la «Sección J» en aras de llevar a cabo una alianza global necesaria en cuanto a igualdad de género, medios de comunicación de masas y educación. Más todavía cuando en estos momentos la agenda global en este aspecto corre el riesgo de desviarse hacia espacios más contenidos y conservadores.

En este sentido, cabe mencionar el marco de la «Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible» aprobada por la Organización de Naciones Unidas en 2015. En su objetivo número 5, relativo a la Igualdad de Género, se plantea un marco que apenas alude de forma explícita al papel fundamental que los medios de comunicación de masas adquieren a la hora de conseguir con éxito el objetivo que se plantea: «lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas». Esta omisión y simplificación de sus puntos clave, tanto en lo que afecta a la

Presentación

Introduction

«Sección J» de Beijing 95 como al resto de sus secciones aprobadas hace ya veinticinco años, sean síntoma de que, quizás, estamos siendo testigos de una progresiva despolitización de la agenda global y de la desactivación del papel fundamental que tienen los medios y las TIC para la defensa de los derechos de las mujeres y como herramientas de empoderamiento, configuradores de sentido y creadores de estereotipos.

Pese a todo, son numerosos los esfuerzos por seguir manteniendo vivo el marco de actuación de la «Sección J» de Beijing 95 y continuar creando a nivel global políticas amplias en materia de igualdad de género en el entorno de la educomunicación.



Ejemplo de ello serán las distintas reco-

recomendaciones realizadas por UNESCO a través de «The Global Alliance for Media and Gender» (GAMAG) y su red de universidades integradas en «The International UNESCO UniTWIN Network on Gender, Media and ICTs». En este último caso, y entre las acciones concretas orientadas a promover estas prácticas en el ámbito de la educomunicación, destaca su propuesta de curricula recogida en «Gender, media & ICTs: New approaches for research, education & training» (2019).

Tomando como referencia la «Sección J» de Beijing 95 y los trabajos de UNESCO-UniTWIN, este número especial de revista «Comunicar» pretende profundizar en el análisis y discusión de los aspectos teóricos y prácticos de la implantación, total o parcial, de dichas recomendaciones, herramientas de análisis, modelos curriculares y metodologías. Un espacio para la reflexión crítica basado en contribuciones empíricas y experiencias concretas de aplicación en diferentes contextos geográficos, relacionadas con la formación en materia de género, medios de comunicación y TIC en el entorno de la educación y en la formación y capacitación docente en este área.

En el primer artículo, titulado «Igualdad de género y TIC en contextos educativos formales: Una revisión sistemática», Prendes-Espinosa, García-Tudela y Solano-Fernández ofrecen los resultados de una investigación en la que, partiendo de la producción científica de los años 2013 a 2019, analizan las prácticas educativas en contextos formales que trabajan la igualdad de género y las TIC tanto en la educación infantil, primaria, secundaria y superior. Una revisión sistemática, sustentada en la declaración PRISMA y la estrategia PICoS, que tras un proceso de filtrado de un total de 90 documentos, centra su atención en 18 trabajos que contemplan los tópicos objeto de estudio (género y TIC). Entre los resultados más reseñables que ofrece este trabajo, cabe citar que la mayoría de buenas prácticas en los diferentes niveles educativos se relacionan con la utilización de la web 2.0. y con las competencias STEM. Asimismo, y en cuanto a las recomendaciones en el diseño de propuestas que trabajen el género a través de las TIC, sitúan la «smart classroom» como una de las sugerencias que más interés despiertan como parte de las pedagogías emergentes.

A continuación, García-Ramos, Zurian y Gómez-Núñez en su artículo «Los estudios de género en los Grados de Comunicación» analizan la presencia de asignaturas con un contenido específico en estudios de género en los actuales planes de estudio de los Grados españoles en el área de comunicación identificando, del mismo modo, los elementos que las definen a nivel temático, metodológico y relevancia dentro del plan de estudios. Una investigación

que pone de relieve la escasa presencia de este tipo de asignaturas, con mayor porcentaje en la universidad pública respecto a la privada y una mínima relevancia como materia obligatoria. Un trabajo que alerta sobre la actual formación reglada en cuestiones de género del estudiantado, todavía insuficiente a día de hoy, y que pretende servir de apoyo para futuros cambios de planes de estudios en comunicación en el contexto del Espacio Europeo de Educación Superior.

En tercer lugar, y bajo el título «La mujer en YouTube: Representación y participación a través de la técnica Web Scraping», Regueira, Alonso-Ferreiro y Da-Vila analizan la representación y participación de la mujer en la que es ya la plataforma favorita de entretenimiento de adolescentes y pre-adolescentes. En este sentido, este trabajo analiza la presencia de la mujer en los nuevos espacios de participación, tanto desde una perspectiva de productora como de consumidora de contenidos. Para ello, se lleva a cabo un análisis basado en Web Scraping de las cincuenta cuentas de youtubers de mayor éxito en España, a través de sus perfiles de Instagram. Un estudio que evidencia la escasa representación femenina entre los canales con mayor número de visualizaciones y suscriptores, una menor presencia de público femenino y una destacada estereotipación de los contenidos respecto al género: belleza o drawmylife en cuanto a mujeres, y deportes y fitness en hombres. El estudio que permite reflexionar sobre cómo YouTube, plataforma representativa de los nuevos espacios de participación online, sigue reproduciendo las estructuras de poder y estereotipos de género de los medios tradicionales.

Por su parte, Fondevila-Gascón, Gutiérrez-Aragón, Copeiro y Polo-López analizan en el artículo «Influencia de las historias de Instagram en la atención y emoción según el género» el impacto de los medios y las redes sociales sobre los usuarios indagando sobre los factores de éxito de las Historias de Instagram de «influencers» reales en aras de determinar si el impacto es mayor o menor en función del género. Para ello, revisa los datos de las señales psicofisiológicas del nivel atencional y del nivel emocional de las personas teniendo en cuenta el género a través de Sociograph.

Por último, Tiscareño-García y Miranda-Villanueva en su artículo titulado «Víctimas y victimarios de feminicidio en el lenguaje de la prensa escrita mexicana» investigan el lenguaje que utilizan los principales periódicos de tirada nacional en México a la hora de abordar el tema del feminicidio en relación a las víctimas y victimarios o presuntos victimarios, al género del reportero y a la naturaleza de cada periódico. Apoyándose en el análisis de contenido cualitativo y el marco teórico-conceptual del «framing», el trabajo estudia el tipo de lenguaje en casos de feminicidios de 360 textos periodísticos publicados durante 2017 abordando aspectos como la narrativa del feminicidio, la justificación del victimario o presunto victimario, la problemática social y la culpabilización de la víctima. Un análisis cuyos resultados nos permiten vislumbrar los modos en que a día de hoy se articula la información escrita en relación al feminicidio. Y, especialmente, de la importancia de seguir trabajando de forma global en el ámbito de la educación para erradicar definitivamente toda forma de desigualdad y violencia sobre la mujer.

El conjunto de artículos de este monográfico contribuye, por una parte, a comprender las causas, realidades y consecuencias de las relaciones desiguales de género, y por otra, abordar las oportunidades y prácticas de comunicación desiguales sigue siendo un desafío y un objetivo que, dada la centralidad de los medios y la comunicación en el mundo actual, debe mantenerse en la agenda principal de fomentar sociedades justas, diversas y equitativas.

Asimismo, permite visibilizar tratamientos comunicacionales sesgados como lo son la perpetuación de estereotipos, de discriminación y de opresión. A su vez, se comparten distintas comprensiones del rol de la educación para transformar la sociedad: formando a las nuevas generaciones de comunicadores haciéndolos plenamente sensibles al género tanto en sus lugares de trabajo como en sus producciones.

Igualmente, aporta valor metodológico desde el momento que el acercamiento al constructo se hace desde diversos enfoques investigativos. En síntesis, este monográfico amplía la información acerca de las cuestiones de género y, sobre todo, capaces de impactar en el futuro entorno de comunicación para que sea inclusivo, diverso y abierto. Todas las aportaciones descritas nos alertan sobre la necesidad de acelerar el ritmo del progreso en la igualdad de género. Necesitamos aprovechar las oportunidades digitales para avanzar en este propósito.

El reto persiste, ya que todavía existen inequidades. Así, este monográfico abre un acercamiento a comprender los factores subyacentes complejos y la mejor manera de abordarlos, lo que es clave para la democracia y el desarrollo sostenible en general.

Si no somos sensibles a las desigualdades que conlleva, no es posible responder al desafío, y mucho menos ayudar a la transformación. Por lo tanto, esta publicación busca contribuir a lograr el desarrollo pleno de cada ser humano, independientemente de su sexo o género, y en conjunto con las posibilidades de la era digital.

Apoyos

Este número temático ha sido posible gracias al apoyo de la Red de Universidades UNESCO UniTWIN «Network on Media, Gender, and ICTs», a la ayuda y financiación de UNESCO y el Reino de los Países Bajos así como de la Universidad Complutense de Madrid (España), la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (Chile) y la RMIT University of Melbourne (Australia).

Referencias

- UniTWIN (2019). Gender, media, & ICTs. New approaches for research, education & training. UNESCO. <https://bit.ly/2LER4yQ>
- UN (1979). Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer. 18 septiembre 1979. <http://bit.ly/35s9ry7>
- UN (Ed.) (2015). Transformar nuestro mundo: La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Nueva York, 18 septiembre 2015. <https://bit.ly/2mej03a>
- UN Women (1995). Beijing Declaration and Platform for Action. Fourth World Conference on Women, Beijing, 4-15 September 1995. <http://bit.ly/2PPYv7A>