



“Mujeres y Comunicación: Una reflexión en el contexto de la Sociedad de la Información y el Conocimiento”

Ana Laura Godínez Huerta

noctina_777@hotmail.com

Universidad Nacional Autónoma de México

Resumen

Las oportunidades de las mujeres de acceder a los medios de comunicación ha sido un rubro de interés para los estudios sobre Comunicación y Género. En el contexto de la Sociedad de la Información y el Conocimiento este interés ha tomado un nuevo auge que parte de las posibilidades de comunicación y de nueva gestión de medios que permiten las Tecnologías de la Información y la Comunicación, específicamente Internet. El presente trabajo realiza una reflexión acerca de los retos y posibilidades de la participación de las Mujeres en la SIC a través de la Comunicación como eje fundamental en la trasmisión de información y conocimiento.

Palabras clave: *Comunicación y Género, Mujeres, Sociedad de la Información y el Conocimiento, Tecnologías de la Información y la Comunicación.*

Abstract

The opportunities of women of access to the mass media have been an interest area for the Gender and Communication studies. In the Information and Knowledge Society context this interest has taken a new growth as a part of the communication possibilities and the new media manage that allow the Information and Communication Technologies, principally Internet. This document makes a reflection about the challenges and possibilities of the women participation in the Information and





Knowledge Society across of the Communication as a main focus in the transmission of these elements.

Key words: *Gender and Communication, Women, Information and Knowledge Society, Information and Communication Technologies.*





“Mujeres y Comunicación: Una reflexión en el contexto de la Sociedad de la Información y el Conocimiento”

Ana Laura Godínez Huerta

noctina_777@hotmail.com

Muchos y variados han sido los temas y las investigaciones que se han llevado a cabo desde esta catalogada “Nueva ciencia”. Estudios de opinión pública, estudios de recepción, estudios de representaciones sociales en los medios de comunicación masiva, análisis de discursos, análisis de contenidos y un largo etcétera. Sin embargo existe una línea de investigación más nueva aún que no había sido reconocida como parte de los estudios de la comunicación y que poco a poco se abre camino, y no de manera gratuita, sino por la legitimidad que ha ganado en el ámbito académico los estudios sobre Comunicación y Género.

Esta línea de investigación, desprendida de las primeras aproximaciones académicas a los estudios sobre y para mujeres a finales de los 60’s principios de los 70’s, se constituyó como interdisciplinar pues propiamente los análisis provenían de otras disciplinas que abordaban, de algún modo u otro, el asunto de la comunicación. Ejemplos de estos se tienen en la antropología, sociología, psicología o literatura entre otras. Inicialmente para explorar el fenómeno del género y la comunicación, los estudios que se realizaron tenían aún una visión funcionalista proveniente de teorías y modelos que se comenzaban a utilizar en estos estudios, en ese sentido Abril (en Sánchez y Reigada, 2007:9) señala:

Buena parte de los estudios sobre “Comunicación y género”, al cimentarse sobre una concepción lineal-instrumental y funcionalista de la comunicación siguen sin tener en cuenta importantes dimensiones que intervienen en el proceso comunicativo,





entre ellas la dimensión simbólica de la interacción, la intencionalidad, la competencia comunicativa de los sujetos para producir e interpretar discursos, la dimensión contextual y las lógicas institucionales que intervienen en el proceso comunicativo, la heterogeneidad de los sujetos y de la cultura y los procesos de mediación social.

No obstante, la importancia de estos estudios resultó vital para la crítica a la conformación del mundo a través de la palabra, del lenguaje y del pensamiento traducido en acto comunicativo. Además de reconocer que los medios de comunicación tenían gran peso sobre las maneras en las que se construían las identidades, los estereotipos y la manera en la que normalizaba la discriminación y hacía uso de cada elemento para su comercialización y reproducción de un orden social dominado por los hombres. Desde la Teoría Feminista se apuntaba: “Si se quiere combatir las desigualdades profundas existentes por razón de sexo y que las medidas y planes que se creen para ello sean eficaces, lo primero que se ha de modificar es el comportamiento de los medios de comunicación” (s/a en Rovetto, 2010:220)

Es por eso que gran parte de los estudios de esta línea se enfocaron propiamente a los medios, análisis sobre discursos televisivos, radiofónicos, cinematográficos, de publicidad, revistas y más. La preocupación mundial sobre estos menesteres se visibilizaba en otros ámbitos, como la I Conferencia Internacional de Naciones Unidas sobre la Mujer en 1975, que además marcó el Año Internacional de la Mujer y la década para la Mujer de 1976 a 1986 (Vega y Hernández, 2009). La UNESCO planteaba entonces la necesidad de realizar informes que dieran cuenta, entre otros puntos, de la “situación de la imagen de la mujer en los medios de comunicación de todo el mundo” (Ceulemans y Fauconnier en Rovetto, 2010)

De a poco estos problemas dejaron de considerarse como un asunto de exclusivo análisis de los medios, para pasar al análisis de los procesos sociales que estaban mediados por la comunicación en cualquiera de sus formas y que a la vez estaban



atravesados por el género; sus construcciones, representaciones, identidades y subjetividades.

Como se dijo, los estudios sobre esta línea se han diversificado, y el asunto de los medios de comunicación sigue ocupando un papel importante en las investigaciones dado que ostentan el poder de la información, proveyendo no solo de contenidos sino de formas de ver y entender las realidades. Así lo señalan Sánchez y Reigada (2007:10) “debemos prestar atención a todo un abanico de medios de comunicación que asumen el papel de mediadores, aportándonos interpretaciones sobre el mundo, modelos de experiencia y referentes identitarios”

La visión de los medios de comunicación en el marco de la Sociedad de la Información y el Conocimiento ha traído nuevas perspectivas de estudio y de cómo se mira a los medios y los procesos sociales. Por un lado, existen los enfoques que posicionan a las Tecnologías de la Información y la Comunicación, específicamente Internet, como un ecosistema que posibilita diversas formas comunicativas (López García, 2005) y como un medio de comunicación complejo que no obedece ya a la concepción que se tenía antes sobre los medios por su características de intercambio de roles en la producción, distribución y consumo de información, o por su capacidad de combinar su función de ser un canal de distribución para medios tradicionales y un espacio de expresión para emisores emergentes (Croví Drueta, 2006).

La construcción de este tipo de sociedades que privilegian la información y el conocimiento han generado gran expectativa y atención sobre las nuevas oportunidades que tienen las mujeres de emitir su propia voz y pensamiento y de que éste pueda traspasar los límites del tiempo y el espacio. Sin embargo, las realidades digitalizadas también traen consigo nuevos y viejos problemas; asuntos relacionados con el acceso a los propios artefactos (como el propio acceso a los medios de comunicación), la reproducción de los estereotipos, la falta de habilidades técnicas e



informáticas para aprovechar todos los recursos o la exclusión de las mujeres del propio diseño y construcción de la tecnología y de las sociedades que se gestan entorno a ella.

De este modo, el presente trabajo realiza una reflexión respecto a la relación de Información, Conocimiento y Comunicación en el contexto de la SIC y cómo la participación de las mujeres y las problemáticas que aquí se desarrollan y reproducen van ligadas a la relación histórica del Género y la Tecnología, y sus respectivas investigaciones, así como a los fenómenos que ya han sido abordados en los estudios sobre Comunicación y Género. Asimismo se aborda cómo estas dos líneas de investigación aportan gran parte de las herramientas y conocimientos para comprender y conceptualizar una de las problemáticas más grandes y estudiadas actualmente como la Brecha Digital, específicamente la Brecha Digital por Género cuya preocupación al respecto ha devenido en una nueva área de investigación para la Comunicación: Comunicación, Género y TIC's o más específicamente como lo han identificado Vega y Hernández (2009:221) un eje de estudio que se centra en la “participación de las mujeres en la sociedad de la información: en los procesos de apropiación de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación y en su trabajo como propietarias, productoras, creadoras y trabajadoras”.

Para comenzar a hablar de los alcances de las formas de comunicación a través de las TIC's, se tiene que hacer una primera referencia a los accesos que se requieren para que la participación de un sector tenga peso y presencia en un espacio que funciona principalmente a través de intereses económicos. Este asunto ha sido tratado por los diversos movimientos feministas y organismos internacionales que ponían sobre la mesa el derecho a comunicar de las mujeres y la situación de ellas frente al acceso a los medios para hacerlo valer; como lo señala Vega Montiel (2010: 84) “Una de las acciones centrales emprendidas por el feminismo, tuvo que ver con la organización de conferencias regionales que recuperaran los diagnósticos, experiencias y propuestas





de mujeres representantes de más de ochenta países. Así, se organizaron las conferencias de Bangkok, Tailandia (febrero de 1994), de Quito, Ecuador (abril de 1994) y de Toronto, Canadá (marzo de 1995)” así como la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing aprobada en la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer llevada a cabo en 1995.

En estas reuniones se llegaron a consensos respecto a las situaciones de las mujeres en la construcción de las sociedades a partir de sus posibilidades de comunicación. Se expresó la necesidad de que se contaran con accesos a infraestructura tecnológica, además de capacitación para el desarrollo de habilidades técnicas e informáticas, apoyo para desarrollar proyectos así como garantizar la participación equitativa en espacios de toma de decisión, en fin proveer de los recursos necesarios para que las mujeres construyeran sus propios discursos.

Y es que, aunque desde la construcción cultural del género se han atribuido a las mujeres mayores habilidades de comunicación, su vínculo histórico con los medios de para hacerlo no ha sido favorecedora. Específicamente en términos de las TIC's devienen antecedentes que posicionan a las mujeres como excluidas e invisibilizadas en la propia construcción del conocimiento tecno-científico lo que además de limitar el empleo de los recursos técnicos, crea y refuerza estereotipos de las mujeres como anti-tecnológicas o tecnófobas y de considerar los espacios tecnológicos como espacios masculinos. Para hacer uso de su derecho a comunicar y tomar parte de la SIC, las mujeres no solo tendrían que estar incluirse como usuarias sino de incluirse y asumirse como constructoras de tecnología.

De ahí que desde algunas corrientes postfeministas de la tecnología (Vergés, 2013) se le atribuya un carácter liberador a las TIC's en términos de construcción y deconstrucción de sus propias subjetividades en un espacio que también les pertenece, trabajando a partir de rupturas epistemológicas e irrumpiendo a través de la comunicación.





Este elemento comunicativo, en lo que respecta la SIC es el facilitador de los ejes fundamentales de este proceso hacia un mundo más humano, centrado en las personas y en su desarrollo, donde todos y todas puedan usar y compartir información y conocimiento en favor de una mejora en su calidad de vida, tal y como se proponía en la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI) en 2003 (UIT, 2003-2005: 9).

De las insistencias respecto a la integración de las mujeres a la SIC, está el interés por que sus saberes, conocimientos e informaciones estén presentes y sean reconocidos como parte de una sociedad pensante que debe ser tomada en cuenta porque representan la mitad de la población mundial, y como ciudadanas tienen el derecho a participar democráticamente en los procesos económicos, políticos, culturales y sociales de sus territorios.

Es así que para muchas mujeres Internet se ha visto como el soporte para generar comunicaciones alternativas donde se vean reflejadas las necesidades, los pensamientos y las realidades en las que se sitúan. Contraponiéndose con las informaciones e imágenes violentas, estereotipadas, hipersexualizadas y victimizantes que circulan de las mujeres en los medios de difusión y comunicación tradicionales y los no tradicionales. Los contenidos que circulan y se promueven en la red, y su sesgo androcéntrico, pueden condicionar las motivaciones para su uso por parte de las mujeres (Trehwella, 2009) de ahí la importancia, por un lado, de la creación de contenidos de mujeres para mujeres así como del pensamiento crítico que permita ser un contrapeso a las informaciones que les afectan.

El trabajo crítico y contestatario ya ha sido realizado desde hace mucho tiempo por las mujeres, sin embargo el acceso a los medios no siempre ha sido garantizado para estos sectores que buscan generar un cambio social pues por un lado, la visión mercantilista de la información y el conocimiento privilegia el uso de estos dos elementos en favor





del crecimiento y competitividad económica de los países olvidándose de sus usos para el cambio social; y por otro, la amplia constitución tecnológica sobre la que descansa la creación, desarrollo y manejo de los medios y la masculinización de ese campo ha hecho que las mujeres no vean a esos medios como propios, porque no hablan ellas, hablan de lo que se espera que ellas sean.

De este modo cuando se habla de las mujeres y la Sociedad de la Información y el Conocimiento es importante conocer y resaltar, además de sus formas de acceder a las comunicaciones mediadas por tecnologías, las maneras en que ellas actúan a partir de su calidad de sujetas políticas, pues como señala León (2007: 17)” no se trata sólo de participación ni incluso de propiedad, recursos o acceso a la dirección o toma de decisiones, sino de diseño, de orientaciones, de visiones, de desarrollo y construcción de otro modelo”, es decir, de una participación mucho más integral y no sólo una incorporación acrítica a un sistema que fue gestado sin ellas.

Sin embargo, las Tecnologías de la Información y la Comunicación, aún con las limitaciones que puedan tener, son de gran ayuda para diseñar estrategias de comunicación entre mujeres que estimulan la creación y el trabajo en redes con amplios alcances; en ese sentido Trehwella (2009:10) apunta que “las TIC’s estimulan o favorecen la constitución de nuevas redes sociales entre personas y organizaciones que comparten intereses o afinidades semejantes, dando un nuevo impulso al asociacionismo y procurando nuevas vías de cooperación mutua en movimiento ciudadanos”, lo que en las mujeres se ve reflejado en la detección de problemáticas comunes y la puesta en marcha de acciones globales. Asimismo a nivel mundial se están promoviendo una serie de programas que motiven a las mujeres y las niñas a incidir en el mundo de las tecnologías a partir de la creación de sus propias herramientas en virtud de los usos que quieran darles, lo cual representa una gran oportunidad y un reto para impulsar el desarrollo tecnológico a partir de las mujeres y que a su vez esto contribuya a la eliminación del tercer nivel de la Brecha Digital que se



sitúa precisamente sobre la participación en campos de educación, investigación y empleo relacionado con áreas tecnocientíficas.

Ante este escenario, los retos son muchos. Los estudios derivados de la línea de Comunicación y Género han cubierto gran parte de los vacíos que en las investigaciones tempranas sobre Comunicación se habían hecho, sin tomar en cuenta uno de los principales configuradores sociales de las personas, el género. En materia de comunicación y TIC's aún el camino es largo, hasta ahora la reflexión giró entorno a los obstáculos que han enfrentado las mujeres para acceder a su derecho a la comunicación y a los soportes materiales que posibilitan en un primer plano ese derecho; asimismo se puntualizaron algunas de las ventajas que tienen para las vidas de las mujeres y sus derechos, el uso y la apropiación de dichas tecnologías. No obstante, tampoco se deja de lado que existen muchas vertientes que estudiar respecto al mismo fenómeno, pues cuando se habla de género también se toman en cuenta otras categorías que complejizan las realidades. El tema de las Mujeres y la SIC, requiere un trabajo inter y multidisciplinario, pues de inicio el acceso a los medios y a las ofertas de comunicación también están determinado por la ubicación geográfica de las personas, su lengua, su clase social, educación, la edad, etnia, raza, etc.

De igual manera, los accesos a las posibilidades de comunicación en la red no se reducen al conocimiento técnico de las herramientas o al acceso físico a los medios, la apuesta va por hablar de comunicación desde un sentido estratégico, a favor de las demandas sociales por las que luchan las mujeres. Aquí toma vital importancia el movimiento feminista que poco a poco se ha ido abriendo espacios de discusión y debate en Internet para poner sobre el escenario virtual los temas que quedan pendientes para superar las brechas sociales que afectan primordialmente a las mujeres, así como hablar los avances y los logros.

Así pues la comunicación y ahora, la comunicación potencializada a través de las TIC's, genera, a gran escala, la posibilidad de gestionar y administrar nuevos medios para las





mujeres que les permiten crear sus propios discursos, encontrar nuevos apoyos, compartir miradas y construir estrategias con miras mejorar sus vidas.



Bibliografía

Cervantes, G.E. (2007) *La sociedad del conocimiento: oportunidades y estrategias*. México: Trillas.

Crovi, D. (2006). ¿Es Internet un medio de comunicación?. *Revista Digital Universitaria* [en línea]. 7 (6), 1-9. Descargada de <http://www.revista.unam.mx/vol.7/num6/art46/int46.htm> 28 de febrero de 2015.

Goula, J., Barceló, M., Clavera, J., et al (1998), *La Sociedad del Conocimiento*. Barcelona: Beta Editorial.

Irene, L., (2007) “Género en la Revolución Comunicacional” en Chocarro, S.(coord.) *Nosotras en el país de las comunicaciones. Miradas de Mujeres*, Barcelona: Icaria Editorial.

López, G.(ed.) (2005). *El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València. Recuperado de <http://www.uv.es/demopode/libro1/EcosistemaDigital.pdf>

Rovetto, L. (2010) Reseña de “Las palabras tienen sexo II. Herramientas para un periodismo de género” *Conflicto social*, 3 (4), 220-224. Recuperado de http://www.webiigg.sociales.uba.ar/conflictosocial/revista/04/16_rovetto.pdf el día 26 de febrero de 2015.

Sánchez, M. y Reigada, A. (coords) (2007) *Crítica feminista y comunicación*, Sevilla: Comunicación Social.

Trewhella, E. (2009) *TIC's, medios de comunicación y participación de las mujeres*, República Dominicana: Instituto Internacional de Investigaciones y Capacitación de las Naciones Unidas para la Promoción de la Mujer (INSTRAW).

UIT (2005) Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información. Documentos finales. Ginebra 2003-Túnez 2005 [documento PDF]



Vega, A. y Hernández, J. (2009) “Género y Comunicación: las claves de una agenda académica y política de investigación” en Aimée Vega Montiel (coord.), *La comunicación en México: una agenda de investigación*, México: Universidad Nacional Autónoma de México, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades/Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación/ Universidad Autónoma de Baja California/Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Vega Montiel, A. (2010). Las mujeres y el derecho humano a la comunicación: acceso y participación en la industria mediática, *Revista Mexicana de Ciencias Políticas*, 52 (208), 81-95.