



III Encuentro

Feminismos, género y comunicación
2019

Memoria

ÍNDICE

Eje temático 1: Representaciones de género y medios de comunicación

Las narrativas de las diputadas electas del PRN durante la campaña electoral y primeros 100 días del gobierno 2018-2022 Licda. Karen Esquivel	6
"Strong is the new thin?: Análisis del Discurso que se publica en redes sociales sobre el cuerpo, la belleza y la salud de las mujeres." Dra. Larissa Tristán-Jiménez	8
Abordaje periodístico del <i>Diario Extra</i> ante los femicidios en Costa Rica (2017-2019) Bach. Keylor Robles Murillo	10
Análisis comunicacional de la representación de las mujeres en el deporte costarricense, en el periódico La Nación y CRHoy, durante el 2017 Bach. Oscar Ugarte Jiménez	12
Límites de la categoría femicidio en las narrativas de los diarios y semanarios de La Plata, Berisso y Ensenada M.Sc. Flavia Delmas y Licda. Marianela García	14
La re-presentación visual de la muerte de las mujeres en la nota roja: un análisis semiótico discursivo M.Sc. Adriana Barragán Nájera	17
Acciones feministas: Hacia una pedagogía feminista en Redes Sociales M.Sc. Yanet Martínez Toledo	20
Violencia simbólica y representaciones sociales de ciudadanía en la Revista Tambor entre 1986 y 1996 Licda. Anna Matteucci Wo Ching	22
Pariendo arrulladas por el mar Licda. Gloriana Rodríguez Corrales	24

Eje temático 2: Agencia feminista en la construcción de nuevas formas de comunicación

- Espacios de comunicación y género : las mujeres en las redes y en las calles** 28
Dra. Nathalie Ludec
- Derechos políticos de las mujeres: una incipiente acción afirmativa en Costa Rica** 30
Licda. Siany Morales Bejarano
- Norma Técnica Ya: Análisis del discurso del movimiento ciberfeminista enTwitter a favor de la normalización técnica de la ley del aborto impune en Costa Rica** 33
Bach. Rebeca Soto Cabezas, Bach. Daniella Víquez Sancho, Bach. María José Zúñiga Hilje y Bach. Esteban Cubero
- “Con las botas puestas por una vida sin violencia”: Video educativo para el abordaje y la prevención de la violencia contra las mujeres** 37
M.Sc. Mónica Quirós Villalobos

Eje temático 3: Comunicación y políticas públicas

- Recuperando experiencias poéticas de mujeres: poesía desde el centro penal** 41
M.Sc. Carolina Urcuyo Lara
- ¿Cómo se miran los hombres frente al género y la heteronormatividad?: Discursos y posicionamientos de seis colectivos de hombres en Costa Rica** 49
Lic. Nelson Ríos Castro
- Participación de niños y niñas en la construcción de políticas públicas** 52
M.Sc. Iliana Espitia Sutachan
- Brecha Digital de Género: Un análisis de los usos productivos de las TIC y la brecha salarial de género en Costa Rica** 54
Dr. Rafael Arias Ramírez y M.Sc. Luis Vargas Montoya

Panel: Planteando retos a la Publicidad

La representación publicitaria de las mujeres desde la percepción del estudiantado universitario	61
M.Sc. Camila Ordóñez Laclé, Nataly Ugalde Quesada y Nathaly Majlaton Ramírez-Amaya	
Derechos de las mujeres y libertad de expresión en la publicidad comercial	63
M.Sc. Hellen Chinchilla Serrano	
El foco en ellas: experiencias de mujeres en la industria audiovisual publicitaria	68
M.Sc. Yanet Martínez Toledo y Bach. María Fernanda Tristán Meoño	
Belleza femenina y publicidad de productos cosméticos en Costa Rica	72
M.Sc. Virginia Mora Carvajal	

II Encuentro

Feminismos, género y comunicación
2019

Eje temático 1:
Representaciones de género y medios de comunicación

Las narrativas de las diputadas electas del PRN durante la campaña electoral y primeros 100 días del gobierno 2018-2022

Licda. Karen Esquivel¹

Resumen: La creciente narrativa de guerra contra la ideología de género, ha instalado en puestos de elección popular a partidos de corrientes conservadoras y religiosas. La llegada de estos partidos en el contexto de países con políticas de paridad en nóminas electorales, garantiza la llegada de mujeres con una agenda política en contra de los derechos políticos de las mujeres. En Costa Rica la Asamblea Legislativa con mayor paridad cuenta con siete diputadas del Partido Restauración Nacional, abiertamente conservador y religioso, ¿Cuál es su narrativa como protagonistas de su historia? Y ¿Cuáles son las narrativas sobre las diputadas de PRN en prensa digital?

Palabras clave: Mujeres en política, Diputadas PRN, Agencia Narrativa, Maternalismo Social, Neoconservadurismo, Transtextualidad.

Esta investigación propone estudiar a las mujeres que defienden una agenda en contra de los derechos humanos y los derechos sexuales y reproductivos. A partir de una mirada interseccional, que lejos de querer enmarcarlas como sujetas enajenadas por el patriarcado, busca considerar la dimensión compleja de sus narrativas y su agencia. La importancia de colocar la mirada desde la interseccionalidad, procura salir de los lugares comunes instalados en la esfera pública, así como de los estereotipos acuñados en redes sociales cuando hablamos de mujeres en política.

La investigación busca contribuir con el análisis de narrativas, ya que se busca aplicar una perspectiva metodológica feminista con las contribuciones de Benhabib y Lucas- Drews sobre la agencia narrativa, quienes consideran la posibilidad de posicionarnos frente a los múltiples discursos de los que cuales somos parte. Asimismo la agencia narrativa se ha aplicado tradicionalmente para estudiar las narrativas de mujeres activistas, progresistas, feministas; pero desde una mirada interseccional ¿qué implica hablar de agencia en mujeres conservadoras?

¹ Estudiante de la Maestría en Comunicación y Desarrollo, Universidad de Costa Rica. Bachiller en antropología. Feminista de biblioteca desalojada en la calle para marchar con Ni una Menos y Aborto Legal Costa Rica. Actualmente trabaja como investigadora asistente en el Instituto de Investigación de Sociales en el proyecto Construcción de la Paternidad en América Latina, con Juliana Martínez. Asimismo para la Universidad de Carleton en Ottawa, Canadá; en dos proyectos: uno sobre el proceso de sindicalización del trabajo sexual en Guatemala y Colombia, y el otro sobre aborto clandestino en Costa Rica, ambos con Megan Rivers-Moore. También publicó en la Revista con Equis, de la Universidad Nacional de La Plata, el artículo: Resituar el Ciberfeminismo desde el cuerpo código: El performance como estrategia de comunicación alternativa.

Pensar en agencias narrativas nos permite considerar las relaciones en tránsito que son parte de las narrativas de nuestras sujetas de estudio, así como mirar las formas de creación de significado colectivo, como formas de reconocer y reinterpretar estructuras de poder. Es decir, considerar la agencia narrativa de las mujeres en puestos de elección popular como protagonistas de sus historias.

Considerar a las mujeres de PRN como protagonistas diversas parte de una colectividad, busca establecer una mirada que no las esencialice. Además de que sea capaz de reconocer la vivencia cruzada por coordenadas múltiples (Mouffe, 1999, pp. 118) en la construcción de narrativas de estas diputadas en la Asamblea, pero también en espacios de liderazgo en organizaciones como Enlace TV (canal neopentecostal).

La metodología se encuentra enmarcada en el análisis de narrativas, con un enfoque que re visita la narratología (Ricoeur, 2004) (Chatman, 1978) (Genette, 1980) (Drews, ídem). Asimismo para la recolección de datos se plantea desde un enfoque hermenéutico (Cornejo et al, 2008) se propone realizar relatos de vida a las siete diputadas electas del partido Restauración Nacional. Al hacer relatos de vida nos encontramos frente a la doble interpretación (Ricoeur, 1983), ya que se reconoce la voz de la persona quien narra y reconstruye un relato con *contradicciones, tensiones y ambivalencias* (Cornejo et al, ídem).

Referencias bibliográficas

- Chatman, S.1978. *Story and Discourse: Narrative structure in Fiction and Film*. Cornell University Press
- Cornejo, M. y Et al. 2008. *La Investigación con Relatos de Vida: Pistas y Opciones del Diseño Metodológico*. *Psyche revista de psicología*, Vol. 17 (1): 29-39
- Crenshaw, K.1994. *Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence Against Women of Color*. <https://www.racialequitytools.org/resourcefiles/mapping-margins.pdf> (Consultado el 15 mayo 2018)
- Drews, S. 2018. *The primacy of narrativa agency: Re-reading Seyla Benhabib on narrativity*. *Feminist Theory*, Vol 19 (2): 123-143. Sage Journal. Recuperado de <http://journals.sagepub.com.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr:2048/doi/pdf/10.1177/1464700117723591>
- Genette, G.1980. *Narrative Discourse: an essay in method*. Cornell University Press
- Mouffe, C. 1999. *El retorno de lo político. Comunidad, ciudadanía, pluralismo, democracia radical*, Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Ricoeur, P. 2004. *La memoria, la historia y el olvido*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

“Strong is the new thin?: Análisis del Discurso que se publica en redes sociales sobre el cuerpo, la belleza y la salud de las mujeres”

Dra. Larissa Tristán-Jiménez

El principal objetivo de la política moderna es el control del cuerpo viviente, del cuerpo individual y del cuerpo social (Foucault, 1976). De esta forma el cuerpo, independientemente de su sexo biológico, se convierte en un territorio de negociación y lucha. En el caso específico de las mujeres, esa lucha adquiere una intensidad particular porque sus cuerpos son delimitados por leyes y políticas que dictan cómo ellas deben vivir su sexualidad, gestionar la reproducción, sus afectos y, en especial, cómo deben cuidar su apariencia física (Martínez-Lirola, 2012, Dejamanee, 2016).

Las redes sociales favorecen una polisemia discursiva que cuestiona las prescripciones sobre el cuerpo femenino, pero no las elimina del todo. Precisamente esta ponencia analiza el discurso que se difunde en redes sociales sobre el cuerpo femenino con el objetivo de explorar hasta qué punto el imperativo cultural sobre el ideal estético del cuerpo de las mujeres permanece vigente.

A partir de la premisa de que el cuerpo es una construcción social a la que se le atribuyen una serie de valores y creencias culturales, la ponencia expone los resultados obtenidos tras aplicar un Análisis del Discurso Multimodal (ADM) a una muestra conformada por 1.264 publicaciones difundidas en tres redes sociales, a saber: *Facebook*, *Pinterest* e *Instagram* durante los meses de agosto y diciembre del año 2018.

Los resultados sugieren cinco tendencias discursivas: (1) la reivindicación del cuerpo femenino real, a la cual corresponden el 13.3% de las publicaciones, (2) fitness y/o ejercicio físico que representa el 28.7% de las publicaciones, (3) contracultural (anti-diet culture) con un 18.5% de las publicaciones, (4) la tendencia sobre nutrición y salud que acapara el 37% de las publicaciones y (5) publicaciones sobre el bienestar emocional y mental con solo el 2.5.% de la muestra analizada. Como puede verse, las publicaciones sobre el ejercicio físico y los hábitos alimenticios son las más recurrentes.

A partir de lo anterior, se afirma que el discurso sobre el cuerpo femenino se articula a partir de cuatro significantes recurrentes: cuerpo, belleza, salud y comida. A cada uno de ellos se le asigna una carga semántica distinta, el *cuerpo* es visto como un objeto que debe ser perfeccionado mediante rutinas de ejercicios que lo hagan más fuerte o, por el contrario, como algo que debe ser aceptado y/o respetado sin contemplaciones de los cánones sociales que rigen sobre él. *La belleza y la salud* son percibidos como dos significantes indivisibles. La comida se articula a partir de dos tendencias divergentes: por un lado se prescriben nociones sobre comida saludable y por el otro se promulgan prácticas que permitan disfrutar de la comida pero sin la carga calórica original, es decir, mediante versiones más livianas de los platos originales.

Asimismo, en todas las publicaciones a la mujer se le asigna un rol activo y se le exhorta a tomar responsabilidad por su salud, aunque algunas cuentas abogan más por la salud física y en menor medida la mental y emocional. Las cuentas sobre fitness y ejercicio físico exhortan a las mujeres a “vencer la pereza de ejercitarse” y comprometerse con el cambio físico. De esta forma, los hallazgos sugieren que a pesar de la diversidad discursiva que ofrecen las redes sociales el discurso sobre el cuerpo femenino continúan perpetuando ideales afines al imperativo cultural sobre cómo deben verse las mujeres y gestionar su salud física y mental.

Referencias bibliográficas

Foucault, M. (2000 [1976]). *Hay que defender la sociedad*. Curso en el Collège de France (1975-1976). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Martinez-Lirola, M& Chovanec, J. (2015). The dream of a perfect body come true: Multimodality in cosmetic surgery advertising. *Discourse & Society* 23 (5), 487-507

Abordaje periodístico del *Diario Extra* ante los femicidios en Costa Rica (2017-2019)

Bach. Keylor Robles Murillo²

La presente ponencia expone los resultados preliminares de una investigación en desarrollo, en donde se enfoca en el abordaje periodístico del *Diario Extra* ante los femicidios en Costa Rica durante el período 2017-2019. Es importante agregar que, en este documento, el femicidio se entiende como la expresión más agravada y extrema de la violencia contra las mujeres, la cual abarca los asesinatos de mujeres por su condición sexo-genérica. Incluso se contemplan los intentos fallidos de asesinato (Bejarano, 2014).

En el caso de Costa Rica, esta expresión de la violencia patriarcal ha arrebatado vidas a muchas mujeres. Según el Observatorio de género del Poder Judicial (2018), en el año 2017 ocurrieron 26 femicidios; mientras que en el 2018 se presentaron 24. Cabe mencionar que desde hace más de una década se cuenta con la Ley de Penalización de la Violencia Contra las Mujeres (2007), en donde se estipula la sanción de los femicidios ocurridos en vínculos sexoafectivos: matrimonio o uniones de hecho declaradas o no (Artículo 21). Junto a esto, se ha incorporado la figura del feminismo ampliado, con el fin de contemplar los casos en donde la víctima no tenía ningún vínculo con el asesino.

Esta investigación se desarrolla desde las premisas y los planteamientos metodológicos del enfoque cualitativo, pues el propósito central consistió en interpretar y analizar la realidad desde las diversas fuerzas que interactúan en el objetivo de estudio. Por tanto, se parte desde lo macro a lo micro para la construcción del conocimiento. De acuerdo con Martínez (2006), la investigación cualitativa trata de identificar la naturaleza de las realidades y su estructura dinámica a partir de sus manifestaciones.

Referente a los enfoques metodológicos, también denominados métodos, que se seleccionaron dentro del proceso investigativo, se debe hacer alusión principalmente a dos: Análisis crítico del discurso (ACD) (Van Dijk, 1999) y la Hermenéutica (Rojas, 2011). Ambos enfoques representan los pilares dentro del plano epistemológico y ontológico, pues brindan elementos en la comprensión el objeto de estudio planteado.

² Bachiller en Trabajo Social. Tesiario de licenciatura en Trabajo Social, Sede Occidente. Estudiante de la Enseñanza del Castellano y la Literatura, Sede Occidente. Investigador asistente de diversos proyectos en temas relacionados con la participación juvenil, la regionalización de la educación superior y la economía social solidaria. Autor de una decena artículos académicos publicados en diferentes revistas académicas de Costa Rica, México, Colombia y Argentina. Autor de más de veinte artículos de opinión socializados en medios nacionales e internacionales.

Referente al objetivo general de esta investigación, se definió de la siguiente manera: "Analizar el tratamiento periodístico del *Diario Extra* ante los femicidios ocurridos en Costa Rica durante el período 2017-2019 desde un enfoque de Derechos Humanos y feminista". Para efectos de la delimitación, en el caso del año 2019, solamente se contemplan los femicidios ocurridos en los primeros dos meses del año.

Dentro de los resultados se ha identificado un abordaje basados en tres prácticas que violentan los Derechos Humanos: 1) denigra al exponer a las víctimas asesinadas como si fuesen objetos, únicamente con el fin de vender y causar sensacionalismo, 2) culpabiliza al afirmar que las mujeres no quisieron romper con el ciclo de violencia, sin contemplar las causas estructurales y 3) desculpabiliza a los victimarios cuando intentan encontrar posibles motivos del asesinato, y no toman en cuenta que estas acciones son producto del sistema patriarcal basado en el poder.

Finalmente, respecto a las conclusiones se puede mencionar que el abordaje reproduce una serie de estereotipos patriarcales y misóginos dentro de los casos de femicidio presentados en Costa Rica. La forma en cómo *Diario Extra* expone los acontecimientos, incluida la manera de redactar y las fotografías gráficas, representa la visión predominante en donde la culpa tiene una ambivalencia: las mujeres son culpables mientras que los hombres son inocentes. Por esta razón, es fundamental que los medios de comunicación sean conscientes de su papel que tienen en la sociedad, y entender que estos discursos solamente justifican y provocan más femicidios.

Referencias bibliográficas

Bejarano, M. (2014). El feminicidio es sólo la punta del iceberg. *Región y Sociedad*, 4(14), 13-44.

Rojas, I. (2011). Hermenéutica para las técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales: una propuesta. *Espacios públicos*, 31(14), 176-189.

Ley de Penalización de la Violencia Contra las Mujeres (2007). Ley de Penalización de la Violencia Contra las Mujeres N° 8589. San José: Diario Oficial La Gaceta.

Martínez, M. (2006). La investigación cualitativa. *Revista de investigación en psicología*, 1(9), 123-146.

Observatorio de género del Poder Judicial. (2018). Femicidio. Recuperado de <https://observatoriodegenero.poder-judicial.go.cr/soy-especialista-y-busco/estadisticas/femicidio/>

Van Dijk, T. (1999). *El discurso como interacción en la sociedad*. Barcelona: Gedisa.

Análisis comunicacional de la representación de las mujeres en el deporte costarricense, en el periódico La Nación y CRHoy, durante el 2017

Bach. Oscar Ugarte Jiménez

Palabras clave: género, deportes, mujeres, representación mediática, violencia simbólica, invisibilización

Mediante un conteo manual, se cuantificaron las informaciones correspondientes a deportistas mujeres en estos dos diarios. En el caso de CRHoy.com se encontraron 64 noticias, mientras que en La Nación fueron 158, para un total de 222. Al aplicar el mismo conteo manual, se determinó que, en promedio, CRHoy.com dispone de 15 notas diarias en su sección deportiva; por su parte, La Nación dispone de espacio para 8 informaciones deportivas cada día, lo que representa que únicamente alrededor de un 3% de todas las informaciones generadas anualmente corresponden a mujeres deportistas (cerca de 8000 noticias sobre deportistas masculinos).

Para efectos del análisis se decidió tomar aquellas noticias donde las atletas son fuentes de información. Se encontró que, en su mayoría, las notas eran de pocas líneas y poca profundidad, con excepción de algunas entrevistas. Además, se presentaban muchas donde las deportistas no expresaban sus opiniones y su voz era sustituida por la de un hombre cercano (entrenador, pareja) o por únicamente la narración de lo sucedido en el evento. Así, en *CRHoy*, de 64 noticias encontradas, en 27 las mujeres expresaban sus opiniones, mientras que en 37 no lo hacía. En *La Nación*, de las 158 informaciones sobre atletas, en 84 notas se les dio voz y en 74 las deportistas no eran fuente de información. En términos generales, de 222 noticias sobre deportistas, en 111 fueron fuente de información y en 111 no lo fueron.

Los medios de comunicación en análisis perciben las actividades deportivas de las atletas costarricenses como elementos secundarios dentro de la información deportiva, de ahí el poco espacio que se emplea para dar a conocer los resultados y desempeños de las diversas categorías en las que participan mujeres, cayendo en la invisibilización como el principal problema encontrado.

Las disparidades de información en los medios de comunicación, además, genera que se produzca un desequilibrio en la percepción del aporte de hombres y mujeres a diferentes ramas, en este caso, el de las disciplinas deportivas. Así, cualquier persona que basara sus criterios sobre los deportes en Costa Rica, a partir de estos números, podría concluir que la participación de las mujeres es sumamente reducida y con escasos logros.

Además de la invisibilización de los deportes donde participan mujeres deportistas, La Nación y CRHoy tienden a minimizar la importancia de las actividades que sí cubren, dando poco espacio a las notas u omitiendo tener reacciones de las atletas, tal y como se evidenció en las informaciones de pocas líneas que se encontraron en ambos medios.

Pese a los datos y las evidencias recopiladas, las y los periodistas de los medios en análisis perciben la labor realizada como “equilibrada”, al consultárseles sobre el espacio y peso que tienen las informaciones de mujeres deportistas en sus diarios. Este hecho demuestra que no existe una reflexión crítica ante lo que sucede en la realidad con el tema.

Las decisiones editoriales se basan, según las personas entrevistadas, en el criterio de “interés público”, por lo que se percibe la participación de las mujeres en el deporte como de poco interés para quienes consumen los medios de comunicación estudiados.

Referencias bibliográficas

- Araya, S. (2002). *Las representaciones sociales: Ejes teóricos para su discusión*. San José: FLACSO.
Recuperado de <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/ICAP/UNPAN027076.pdf>
- Calonge Cole, S. (2006). *La representación mediática: teoría y método*. *Periódicos Eletrônicos de Psicologia*, 23 (2), 75-102. Recuperado de <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/psie/n23/v23a05.pdf>
- Fairclough, N. (2003). *Analysing Discourse. Textual analysis for social research*. New York: Routledge.
- Jodelet, D. (2008). *El movimiento de retorno al sujeto y el enfoque de las representaciones sociales*. *Cultura y Representaciones Sociales*, 3 (5). Recuperado de <http://www.culturayrs.org.mx/revista/num5/Jodelet.html>

Límites de la categoría femicidio en las narrativas de los diarios y semanarios de La Plata, Berisso y Ensenada

M.Sc. Flavia Delmas³
Licda. Marianela García⁴

Palabras clave: Femicidios - femicidios – Noticias – Agendas de deterioro - Género

Esta ponencia es resultante del primer informe realizado por la Secretaría de Género de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, en el que buscamos responder a las preguntas: ¿Qué es femicidio para los medios locales?, ¿Cómo son los tratamientos mediáticos que la prensa escrita brinda acerca del tema?, ¿Cómo se configuran las narrativas escritas y visuales con respecto a las víctimas y a los agresores? ¿el abandono de “crimen pasional” por femicidio constituyó un cambio de sentido o subyace el paradigma de la emoción amorosa violenta?.

Nuestro objetivo consistió en llevar adelante un análisis sobre todas aquellas notas en las que se hizo mención al término “femicidio” en los medios. Si bien la categoría buscada en la prensa fue femicidio, la palabra clave del marco conceptual fue feminicidio, Marcela Lagarde (2006) lo considera como el punto culminante de una espiral de violencia originada en la relación desigual entre mujeres y hombres en la sociedad patriarcal. Escogemos esta categoría por su carga política y la identificación de mecanismos de impunidad, por comprender que se trata de una violencia sistémica que es banalizada por los medios masivos cuya perspectiva sexista conforma uno de los pilares discursivos del patriarcado a nivel social.

La prensa mundial sabe construir relatos periodísticos que justifican la violencia a partir de la descripción de la víctima como inadecuada o provocativa, presentando al hombre como víctima, no se profundizan la problemática ni se presentan estadísticas sobre su recurrencia, tampoco se realizan análisis en el marco de los derechos humanos o de la justicia de género (GMMP, 2015b).

El “Decálogo para el tratamiento periodístico de la violencia contra las mujeres” de Periodistas de Argentina en Red por una comunicación no sexista (Red PAR, 2010) señala que las coberturas mediáticas no deben generar en el imaginario colectivo la configuración explicativa del término “pasional”, ya que el mismo remite a los amores que matan, a una idea justifica el crimen.

³ Periodista. Licenciada en comunicación social (FPyCS, UNLP), Especialista y Magister en Integración Latinoamericana (FCJyS, UNLP). Profesora a cargo de la cátedra planificación y gestión de políticas de comunicación (Tecnatura en Comunicación Popular, FPyCS, UNLP) Profesora a cargo del Seminario de posgrado Estructuras elementales de la violencia, Directora de la Especialización en periodismo, comunicación social y género, Directora de la revista Con Equis, Secretaria de Género de la FPyCS, coordinadora a cargo del equipo de intervención en violencia de género (EIVG) de la FPyCS, UNLP.

⁴ Licenciada en Comunicación Social. Profesora Adjunta de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. Becaria Tipo B de la Universidad Nacional de La Plata. Investigadora Categoría V. Magistranda en “Epidemiología, Gestión y Políticas de Salud” del Instituto de Salud Colectiva de la Universidad Nacional de Lanús (proceso de tesis). Doctoranda en Comunicación en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP con el proyecto de tesis: “Sentidos sobre la sexualidad de las mujeres adolescentes en el discurso médico. El orden de la verdad científica, la moral y las prácticas”.

En el Informe, realizamos un relevamiento de la categoría de femicidios en los sitios virtuales de los medios gráficos de la región (Diario El Día y Diario Hoy de La Plata; el Semanario El mundo de Berisso y Primera Página de Ensenada), se analizaron 371 notas. Este trabajo, donde se hace una lectura cualitativa a datos cuantitativos, tuvo su guía metodológica en los monitoreos presentados por el Observatorio de Género de la Defensoría del Público, en los mismos se identifican campos temáticos en las noticias a través de tópicos prevalentes y secundarios, y análisis de fuentes en noticieros.

La prensa gráfica presenta los feminicidios como casos particulares. El 69% de las notas relevadas pertenecen a la sección policiales del diario. Se condiciona así, la pluralidad de fuentes de información y la calidad de los datos y los enfoques, son coberturas de corte sensacionalista que reproducen el morbo y revictimizan a las víctimas.

Observamos que las principales fuentes son las del ámbito judicial no consignando su identidad, y el familiar, más del 36 % no pone la edad de la/las víctima/s y el/los victimario/s; que más del 90 % no da cuenta de la nacionalidad de la víctima lleva a deducir que se trata de mujeres nacidas en Argentina, más del 28 % y en algunos casos llegan al 36% como en el del diario El Día, no aclaran en que ciudad ocurrió el feminicidio; los diarios nombran con el nombre propio más a las víctimas que a los victimarios, también lo hacen en relación a las edades, grupos familiares, imágenes fotográficas y caracterizaciones; los feminicidios se cometen sobre todo en el ámbito doméstico por parejas y ex parejas.

Referencias bibliográficas

Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, "Guía para el tratamiento mediático responsable de casos de violencias contra las mujeres". <http://www.defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2016/10/guia_violencia_contra_mujeres_pdf.pdf>. En línea. Consulta: 26 de diciembre de 2018.

Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, Monitoro de Medios. Qué es noticia en los noticieros. En: <http://defensadelpublico.gob.ar/lineas-de-accion/monitoreos/> . En línea. Consulta: 20 de enero de 2019.

GEMA Observatorio de Género y Medios Centroamericano, "Materiales. 17 claves para el tratamiento periodístico de las noticias sobre feminicidios y violencia contra las mujeres". <<http://www.observatoriogema.com/blog/39-17-claves-para-el-tratamiento-periodistico-de-las-noticias-sobre-femicidios-y-violencia-contra-las-mujeres>>. En línea. Consulta: 26 de diciembre de 2017.

Global Media Monitoring Project (GMMP), *Informe Regional de América Latina. Proyecto de Monitoreo Global de Medios 2015*. Toronto, World Association for Christian Communication, 2015.

Lagarde, Marcela, *Feminicidio: una perspectiva global* (Vol. 7). Buenos Aires, UNAM, 2006.

Red PAR, *Decálogo para el tratamiento periodístico de la violencia contra las mujeres*. Buenos Aires: Periodistas de Argentina en Red – PAR, 2010.

Saintout, Florencia, *Jóvenes argentinos: pensar lo político*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Prometeo Libros, 2010

La re-presentación visual de la muerte de las mujeres en la nota roja: un análisis semiótico discursivo

M.Sc. Adriana Barragán Nájera

Analizar la violencia en los femenicidios que se construye a partir de lo re-presentado en la nota roja a través de lo semiótico y discursivo trabajando con las categorías de análisis de poder, ideología y estética para mostrar más allá del horror que vive la población en el siglo XXI. Con esta investigación se busca aportar conocimiento que ayude a explicar el contexto social que vivimos a través de un medio de comunicación masiva, pretende también mostrar una visión de cómo percibimos la realidad y busca encontrar formas de interpretar lo que se observa.

La nota roja construyen una realidad sobre el feminicidio, sí es necesario hacer énfasis en la violencia porque justamente el tratamiento periodístico solo se enfoca a este aspecto, y también podemos hablar de una re-presentación porque este prefijo nos indica que el fotógrafo esta significando otra vez esa violencia, es decir, la repite, y con ello la imagen entra como una práctica semiótico discursiva.

Se analizaron 120 portadas del periódico el Metro de un total de 282 por ser las correspondientes de informar acerca del crimen organizado, dicha hemorografía fue recolectada en el periodo noviembre de 2007 a noviembre 2008, adquiridos principalmente en Sistema de Transporte Colectivo Metro. Cabe mencionar que el periodo ha sido seleccionado debido a que en el año 2007 la cifra de muertos por el crimen organizado era de 2,447 personas y para el año 2008 se duplico a 5,400 mostrando así el aumento de la violencia de este tipo de delincuencia.

La nota roja de contenido policiaco llama la atención por varios elementos: la especulación del lector para con la noticia, pura explotación del morbo; el uso inadecuado del lenguaje; la influencia de otros idiomas; y por último, el acelerado crecimiento de la violencia. La nota roja ha sido utilizada por la prensa como una estrategia de mercadotecnia, siempre hemos escuchado que el morbo vende, sin embargo, esa imagen que vemos a primera vista en el periódico omite información política, económica y social. El lector del periódico busca una respuesta inmediata, quién es la víctima y cómo termino así, porque todo sucedió en la ciudad que habita.

La nota roja construyen una realidad sobre el feminicidio, sí es necesario hacer énfasis en la violencia porque justamente el tratamiento periodístico solo se enfoca a este aspecto, y también podemos hablar de una re-presentación porque este prefijo nos indica que el fotógrafo está significando otra vez esa violencia, es decir, la repite, y con ello la imagen entra como una práctica semiótica discursiva.

Los estudios de nota roja anteriores a esta investigación mencionan el papel de la fotografía de manera breve y adjetivándola de distintas formas, sin embargo actualmente pensemos en que somos una sociedad visual, es decir, recordemos en palabras de Debray, nuestra autoridad simbólica es lo visible y nuestro paradigma de extracción es imago (Roncagliolo, 1999, p. 73)

La imagen es el texto a leer, a interpretar para saber la formación social e ideológica que se genera a través de ella, cuáles son los elementos simbólicos que representan la violencia en la ciudad.

Las imágenes de la nota roja son formas simbólicas que se difunden e imponen, a través de un medio de comunicación impreso, una perspectiva violenta de los ciudadanos y es así como entienden su alrededor.

Las fotos se apropian de la realidad, es una revelación. Aunque un acontecimiento ha llegado a significar, precisamente, algo digno de fotografiarse, aún es la ideología (en el sentido más amplio) lo que determina qué constituye un acontecimiento. (Sontag, 2006. p.36) Consideremos a la fotografía como un discurso inmerso en la práctica humana.

Referencias bibliográficas

Barthes et. al. *Análisis estructural del relato*. Ediciones Coyoacán, México 2004.

Berger, P. Luckmann, T. *La construcción social de la realidad*. Amorrortu editores, Argentina 2006.

Galindo Cáceres Jesús (coord.), *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. Haidar Julieta. "Análisis de discurso". México, Pearson Addison Wesley Longman, 1998.

García Silberman et al (coord.) *Violencia y medios. Seguridad pública, noticias y construcción del miedo*. Instituto para la Seguridad a la Democracia A.C./Centro de Investigaciones y Docencia Económica, México D.F. 2004.

Geertz Clifford. *La interpretación de las culturas*. Ed. Gedisa. España 1992.

Haidar Julieta, Debate CEU-Rectoría: *Torbellino pasional de los argumentos*. Publicado por la UNAM, México 2002.

Nash Mary. *Inmigrantes en nuestro espejo*. Icaria, España 2005.

Panofsky, E. *Estudios sobre iconología*. Alianza Universidad, España 1998. S

ontag Susan. *Sobre la fotografía*. Ediciones Alfaguara, 2006.

Thompson John. *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. UAM Xochimilco. México 1990.

Acciones feministas: Hacia una pedagogía feminista en Redes Sociales

M.Sc. Yanet Martínez Toledo

La siguiente ponencia tiene como objetivo analizar cómo activistas feministas costarricenses construyen agencia narrativa en redes sociales virtuales a partir de la reconfiguración de los discursos mediáticos en torno a Derechos de las mujeres. La representación mediática de la violencia contra las mujeres se ha convertido en uno de los ejes del debate público en redes sociales en Costa Rica. En el año 2018 esta discusión se entrecruzó con el discurso político electoral en el contexto de elecciones presidenciales en Costa Rica. Las discusiones en redes sociales analizadas en esta ponencia están mediadas por la publicación de noticias de dos medios digitales nacionales: nacion.com y crhoy.com.

Se analizan las publicaciones en la red social FB en la que tanto personas individuales como organizaciones feministas realizan posts en los que se critica, transforma o reconstruye el framing mediático en torno a la violencia contra las mujeres. A esta transformación crítica del texto y a la discusión que construye, se le denomina en esta ponencia pedagogía feminista.

Las interacciones en Facebook permiten tipificar 1) actores, actos violentos, actos solidarios (Benhabib, 1993; Lucas, 2016); 2) construcción de un discurso contra-hegemónico (Fraser, 1997; Lucas, 2016); 3) exposición a audiencias desconocidas.

Se empleó enfoque que permitió identificar las estrategias retóricas empleadas por activistas feministas para debatir, criticar o reformular las noticias y las estrategias de solidaridad en apoyo frente a la violencia en Facebook. Se analizaron noticias de diarios nación.com. y CRhoy.com re-publicadas y comentadas por activistas y grupos feministas. La estructura narrativa de las noticias se mantiene tradicional: brevedad, poca contextualización, la agencia se otorga al agresor.

Estrategias retóricas halladas: las activistas y grupos feministas tienen a monitorear los medios periodísticos. Hay una revisión constante de cuándo los medios de comunicación ejercen violencia simbólica contra las mujeres al narrar hechos noticiosos.

Las activistas y grupos feministas no se limitan a comentar en la página del medio. Tienen a criticar y modificar el abordaje de las noticias desde una perspectiva de pedagogía feminista. Hacen referencia a normativa nacional e internacional, referencia a expertas feministas nacionales, editan los titulares de las noticias.

Referencias bibliográficas

- Benhabib, Seyla (1993) "Feminist Theory and Hannah Arendt's Concept of Public Space," *History of the Human Sciences* 6(2): 97-114.
- Fraser, Nancy (1997) *Justice Interruptus: Critical Reflections on the "Postsocialist" Condition*. New York: Routledge.
- Lee, Frances; Leung, Louis; Chan, Michel (2017) Social media and political partisanship – A subaltern public sphere's role in democracy. *Telematics and informatics*, Num. 35. Pp. 1949-1957
- Lucas, Sarah (2016) *The Primacy of Narrative Agency: A Feminist Theory of the Self*. Thesis submitted in fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy, Faculty of Arts and Social Sciences Department of Philosophy
- Papacharissi, Zizi (2011) A Networked Self. En Papacharissi, Zizi (ed.) *A Networked Self. Identity, Community and Culture in Social Network Sites*. Reutledge: London, pp. 304-318
- Tiidenberg, Katrin; y Siibak, Andra (2018) Affordances, Affect and Audiences - Making sense of networked publics, introduction to AoIR 2017 special issue on networked publics, *Studies of Transition States and Societies, Issue 2*, pp. 1-9

Violencia simbólica y representaciones sociales de ciudadanía en la Revista Tambor entre 1986 y 1996

Licda. Anna Matteucci Wo Ching

El rol de la cultura es entonces fundamental para comprender los sistemas de representación, por lo que se requiere una lectura de las relaciones de poder y las jerarquías sociales que los atraviesan. Para Bourdieu y Passeron (1996), hay un proceso de arbitrariedad en la manera en que se dotan a formas culturales que interesan a un grupo social determinado el carácter de legitimidad por encima de otras formas, y esto, constituye una forma específica de violencia: la violencia simbólica. Este arbitrario cultural o currículo es definido por grupos dominantes de la sociedad y opera a partir de una autoridad pedagógica, también arbitraria, que se impone y opera mediante esta forma de violencia. Desde esta postura, el sistema educativo como institución base para nuestra socialización, transmite y conserva la cultura de los grupos dominantes, contribuyendo así a la reproducción de la estructura social a la vez que enmascara las relaciones de clase y de género, para crear una ilusión de autonomía y neutralidad que legitima la cultura de la clase dominante como un universal (Ávila, 2005).

La educación es un campo fundamental del poder simbólico, y en este sentido estudiar los textos pedagógicos como al Revista Tambor, una producción costarricense del Grupo Nación S. A. que existió durante 10 años entre 1986 y 1996, permite un acercamiento a la manera en que la pedagogía impone significaciones que enmascaran relaciones de poder, como se observa en las representaciones de las niñas en las ilustraciones infantiles de dicho medio. En base a la gramática visual de Kress y van Leeuwen (2001) se observa la tendencia de representar a las niñas detrás de los niños o personajes masculinos de manera sostenida a lo largo de la revista considerando los planos de profundidad de las imágenes, la dirección de la mirada predominantemente orientada hacia los niños o personajes masculinos. Siendo que las niñas se representan como sujetos “reactores” más que actores en los procesos de relacionales que proponen las ilustraciones presentes en la Revista Tambor, se considera que la representación social de las niñas propone ciudadana cuyo deber es estar detrás del varón, sosteniendo sus acciones e iniciativas sin ser protagonista, lo cual constituye una manifestación de la violencia de género en la cultura visual creada para un público infantil.

La violencia simbólica es “exactamente la acción pedagógica que impone significaciones y las impone como legítimas” (Bourdieu y Passeron, 1996, p. 18), es decir, toda imposición de significados como legítimos que disimule de algún modo las relaciones de poder en las que se basa, es en sí una fuerza específicamente simbólica. Las representaciones como portadoras de imágenes, conceptos, valores, atravesadas por la cultura y el lenguaje, precisan ser leídas en relación a las cargas de poder y de violencia simbólica que las atraviesan, incluso, aquellas que los sign-makers crean para niños niñas, no sólo para visibilizar las jerarquías que ejercen, sino también para replantear posibilidades de transformación social desde el lenguaje visual.

Referencias bibliográficas

Ávila Francés, M. M. (2005). Socialización, educación y reproducción cultural: Bourdieu y Bernstein. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 19 (1), 159-174.

Bourdieu, P. y Passeron, J. C. (1996). *La reproducción. Elementos para una teoría del sistema de enseñanza*. Barcelona: Distribuciones Fontamara, S.A.

Kress, G. y van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication*. Londres: Arnold.

Pariendo arrulladas por el mar⁵

Licda. Gloriana Rodríguez Corrales⁶

El estudio histórico del papel de las mujeres en la ciencia adquiere relevancia para evidenciar los intrincados caminos del aporte de las mujeres a este campo de estudio, pero también es especialmente relevante para visualizar porqué se les ha quitado la voz de este conocimiento... siendo el cuerpo femenino un ente pasivo desde la mirada medicalizada y no desde su profundo conocimiento interno. Por lo anterior, proponemos estudiar el papel de las mujeres en el sistema de salud sexual reproductiva en el Pacífico Costarricense para la determinación de continuidades, rupturas y transformaciones en los procesos de nacimientos de niñas y niños, así como la medicalización y control del cuerpo femenino entre 1930 y 1980. En esta ponencia, proponemos realizar un recorrido por las investigaciones realizadas en torno a la temática, sus corrientes, metodologías y áreas de interés para puntualizar en preguntas que pueden guiarnos en la construcción de una visión social y con perspectiva de género de la medicina y la salud.

Desde la década de 1990, la historia social de la medicina ha sido una bifurcación para los estudios históricos, que han ido tejiendo y destejiendo el quehacer médico en estrecha relación con su contexto social, así la perspectiva médica se ha abordado en un estudio integral entre medicina, las desigualdades y los representantes principales y las representaciones de la salud.

Una medicina observada desde la perspectiva de género, nos pone en evidencia la urgente dimensión del tema de las prácticas de la partería y la enfermería obstétrica, así como la concepción de las maternidades para las mujeres y sus cuerpos, pues se enmarca dentro de "una nueva tecnología política que emergió en el corazón de la modernidad: esta máquina o dispositivo fue llamado bio-poder. En efecto, se trata de un poder que asegura la preservación de los seres vivientes" (Foucault, en Toscano 2008⁷), con lo cual, los cuerpos de las mujeres y niñas/niños se subjetivaron ante la mirada del otro y de los saberes del otro.

⁵ Esta investigación se encuentra inscrita en la Sede del Pacífico de la Universidad de Costa Rica. B9043 Pariendo arrulladas por el mar: parteras, comadrona y enfermeras obstetras en el Pacífico Central costarricense entre 1930-1980.

⁶ Comunicadora social y Máster en Historia Centroamericana por la Universidad de Costa Rica (UCR). La autora labora como Productora en Radioemisoras UCR, y como docente e investigadora en la Universidad de Costa Rica en la Sede del Pacífico en Puntarenas. Sus trabajos de investigación danzan alrededor de la historia del cuerpo, construcción sociocultural de la belleza y sus representaciones e imaginarios.

⁷ Toscano, D. (2008) El Bio-poder en Michel Foucault. En: Universitas Philosophica, año 25, 51: 39-57. Colombia. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/4095/409534415003.pdf>

Por otra parte, en el campo de la salud en estrecha relación con la práctica tradicional de la partería tenemos los hallazgos e investigaciones de Juan José Marín y Rodolfo Núñez, así como el de Paulina Malavassi, no obstante, se hacen pocos en concordancia con esta práctica en la Costa Rica del período 1930-1980. Los datos más sobresalientes en esta materia, son las relacionadas a la enfermería y obstetricia pues “es importante indicar que la génesis de la obstetricia costarricense estuvo vinculada con las parteras tradicionales y luego esta fue asumida por la enfermería dentro de los procesos de institucionalización y profesionalización particulares que sufrió en Costa Rica, mientras en otros países centroamericanos e iberoamericanos continuó con una historia específica” (Marín, 2013⁸).

Con lo anterior, se hace evidente la urgente necesidad de estudiar en profundidad la temática, pues existe un silencio-vacío-violento de estos conocimientos y prácticas ancestrales, en el caso de la provincia de Puntarenas, donde confluyen los saberes indígenas, afros y mestizos.

Referencias bibliográficas

- Florez-Estrada, M. (2017) Discursos sobre la maternidad moderna y la reforma social costarricense 1930-1940. Tesis de doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura, Sistema de Estudios de Posgrado, Universidad de Costa Rica.
- Malavassi, A. P. (2009). Ponencia Discurso médico y prácticas higiénicas: esbozando un modelo para analizar la medicalización de la infancia en Costa Rica durante el siglo XX. Jornadas de Investigación del CIHAC.
- Malavassi, P. (2002). De parteras a obstétricas. La profesionalización de una práctica femenina tradicional en Costa Rica (1930-1940). En E. Rodríguez, Mujeres, género e historia en América Central durante los siglos XVIII, XIX y XX (págs. 91-114). San José: UNIFEM - Plumsock Mesoamerican Studies.
- Malavassi, P. (2009). Ponencia: La medicalización de la infancia en Costa Rica durante la primera mitad del siglo XX. San José: Jornadas de Investigación del CIHAC.
- Marín, J. J. (Julio - diciembre de 1995). De curanderos a médicos. Una aproximación a la historia social de la medicina en Costa Rica, 1830 - 1890. Revista de Historia(32), 65-108.
- Marín, J.J. y otros. “Donde hay mujer no muere mujer”. Mujeres certeras y sabiduría popular, el caso de las parteras en Santa Cruz, Guanacaste: 1930-2000. Ponencia en IV Jornadas de Investigación del Pacífico Costarricense, 2013. Disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/264420818>

⁸ Marín, Juan José. y otros. “Donde hay mujer no muere mujer”. Mujeres certeras y sabiduría popular, el caso de las parteras en Santa Cruz, Guanacaste: 1930-2000. Ponencia en IV Jornadas de Investigación del Pacífico Costarricense, 2013. Disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/264420818>

Schiebinger, L. (2004) ¿Tiene sexo la mente?. Las mujeres en los orígenes de la ciencia moderna. Madrid: Ediciones Cátedra.

Toscano, D. (2008) El Bio-poder en Michel Foucault. En: Universitas Philosophica, año 25, 51: 39-57. Colombia. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/4095/409534415003.pdf>

Vega, B. R. (2013). La Enfermería en Costa Rica; Una Trayectoria Histórica, de Oficio a Profesión desde 1850 - 2013. Inédito, 1-18.

Viales, R. (2003). El Colegio de farmacéuticos y la institucionalización de la farmacia en Costa Rica: 1902-2002. San José: Colegio de Farmaceúuticos de Costa Rica

III Encuentro

Feminismos, género y comunicación
2019

Eje temático 2:

Agencia feminista en la construcción de nuevas formas de comunicación

Espacios de comunicación y género : las mujeres en las redes y en las calles

Dra. Nathalie Ludec⁹

Palabras clave : género, comunicación, territorios, feminismo, América Latina

Resumen : La comunicación de las reivindicaciones de las mujeres en términos de derechos, desde los albores de los movimientos de emancipación, estuvo en el centro de las preocupaciones de las feministas.

A lo largo del proceso de emancipación de las mujeres, las demandas se expresaron en los medios de comunicación escritos (s.XIX) y audio-visuales (s.XX), y actualmente en las redes sociales (XXI). Cambiaron las técnicas de comunicación pero siempre permitieron convocatorias callejeras y con cada vez más amplitud, como las protestas recientes en América Latina, contra la violencia (Argentina, Perú), contra el acoso (Chile) o por la despenalización del aborto (Argentina). Por ejemplo el fenómeno *#Metoo*, se propagó como un reguero de polvora y la etiqueta se expandió a América Latina.

Asistimos a un nuevo tipo de activismo, con nuevas herramientas : los nuevos medios, como espacio virtual, a través de las redes sociales, son herramientas esenciales, hoy, para sensibilizar, denunciar, crear alertas, y movilizar como última etapa, a la sociedad civil. Las protestas callejeras, como espacio físico, son representaciones de las reivindicaciones de las mujeres que no dejan de reclamar el respeto y la ampliación de sus derechos: los colores (verde, morado, rojo), las *performances* (públicas) confieren a las protestas nuevas identidades de género.

En esta dinámica, de contestación e invención, siempre renovada, las mujeres crean espacios propios, « heterotopías », según la terminología de Michal Foucault (2001) : espacios nuevos « otros », que permiten medir la fuerza y la capacidad de movilización y reivindicación de las mujeres para afirmar sus derechos humanos como cualquier ciudadano (el derecho al espacio público, la libertad de circular, de caminar...) y romper con los estereotipos de género. El espacio tanto virtual (las redes sociales) como público (la calle) (Habermas, 1978), representa territorios estimulantes para las mujeres y permite también tomar el pulso de la sociedad civil ante las demandas feministas.

⁹ Profesora Investigadora en la Universidad Rennes 2, Place du Recteur Henri Le Moal 35043 Rennes Cedex. Responsable del eje de investigación « Península Ibérica y América Latina » del equipo ERIMIT (Equipe de Recherche Mémoires, Identités et Territoires / *Equipo de Investigación Memorias, Identidades y Territorios*), de la Universidad Rennes 2 (EA 4327). Aborda las líneas de investigación: - Historia de las Mujeres - Movimientos de mujeres en México - Género - Medios de comunicación - Análisis del discurso de los medios de comunicación (prensa escrita y TICs) Coordinó y editó 23 libros, publicó 32 artículos en revistas académicas con comité de lectura. Es redactora de la revista *Cahiers Alhim* (Amérique latine Histoire et Mémoire - *América latina Historia y Memoria*) y responsable de su edición electrónica: <https://alhim.revues.org/>

De hecho, las mujeres toman las calles, y las redes y los medios en una especie de renacer del movimiento feminista que encontró en la sociedad civil un clima de legitimidad para la vindicación feminista.

Referencias bibliográficas

Foucault, M. (2001). Des espaces autres. En *Dits et Écrits II* (pp. 1571-1581). Paris. Francia. Gallimard.

García Alonso, María. (2014). Los territorios de los otros: memoria y heterotopía. *Cuicuilco*, 21(61). pp. 333-352. Recuperado en 30 de enero de 2019, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16592014000300015&lng=es&tlng=es.

Habermas, J. (1978). *L'Espace public*. Paris. Francia. Payot.

Tania Navarro Swain. (2003). *Les hétérotopies féministes :espaces autres de création*. Recuperado en 30 de enero de 2019, de <http://www.tanianavarroswain.com.br/francais/anah3.htm>]

Toro Zambrano, M. (2018). El concepto de heterotopía en Michel Foucault. En *Cuestiones De Filosofía*, 3(21). pp. 19-41. Recuperado en 30 de enero de 2019, de <https://doi.org/10.19053/01235095.v3.n21.2017.7707>

Derechos políticos de las mujeres: una incipiente acción afirmativa en Costa Rica¹⁰

Licda. Siany Morales Bejarano¹¹

Palabras clave: mujer en política, participación política, creencias, derechos de la mujer, igualdad de oportunidades

De acuerdo con Robert Dahl, la democracia como sistema político busca que todas las personas de la sociedad sean tratadas como iguales, gocen de libertades y de garantías constitucionales (1999). Debido a la dificultad que han enfrentado las mujeres para que, en su caso, se cumplan dichas premisas, en particular, en lo atinente a ocupar puestos de dirección y de alta responsabilidad política (Astelarra, 2004, 2005; Valcárcel, 2001; Rincón, 2015) el objetivo de esta ponencia es analizar, específicamente, la discusión política y periodística que suscitó una moción presentada en la Asamblea Legislativa de Costa Rica, en 1954, que pretendía que se dispusiera por Ley un puesto, de cinco posibles, para una mujer en la junta directiva de una institución autónoma. Aunque para entonces la Constitución Política amparaba el derecho de las costarricenses de ocupar cargos públicos, durante la discusión en el plenario salieron a la luz argumentos estereotipados y sesgados que impidieron que esa propuesta se concretara, entre ellos, la presunción de que el principio de igualdad se había alcanzado.

En ese contexto, los medios de comunicación sirvieron como plataforma para exponer argumentos a favor y en contra de la moción, los diarios situaron en primera página la discusión en el recinto y solicitaron la opinión de algunos diputados y de las diputadas, las primeras tres electas en el país. Ellas habían formado parte de la Comisión Interamericana de Mujeres y de la Liga Feminista, organizaciones que habían luchado por el derecho de las mujeres de participar en política; el voto negativo de dos de las tres legisladoras se asentó en la idea de que la igualdad de oportunidades era un hecho en el país, mientras que las posiciones a favor aludieron a las virtudes de las mujeres y a su papel activo en las luchas político-electorales.

En ese contexto, los medios de comunicación sirvieron como plataforma para exponer argumentos a favor y en contra de la moción, los diarios situaron en primera página la discusión en el recinto y solicitaron la opinión de algunos diputados y de las diputadas, las primeras tres electas en el país. Ellas habían formado parte de la Comisión Interamericana de Mujeres y de la Liga Feminista, organizaciones que habían luchado por el derecho de las mujeres de participar en política; el voto negativo de dos de las tres legisladoras se asentó en la idea de que la igualdad de oportunidades era un hecho en el país, mientras que las posiciones a favor aludieron a las virtudes de las mujeres y a su papel activo en las luchas político-electorales.

¹⁰ El tema que aborda esta ponencia forma parte de los hallazgos de la investigación denominada *Prensa y Mujer política. Representación mediática de las primeras diputadas en Costa Rica (1953-1958)*, desarrollada con el fin de optar por el grado de licenciatura en Ciencias de la Comunicación Colectiva.

¹¹ Licda. en Ciencias de la Comunicación Colectiva, Estudiante de Maestría Académica en Historia, Universidad de Costa Rica

La lucha de las mujeres en favor de sus derechos y el deseo de alcanzar mayor participación política han sido analizados desde distintos frentes (Sagot, 2011; Barahona, 1994; Solano, 2005; Chacón, 1984; y Rodríguez 1999, 2008). Los obstáculos para hacer efectivo el derecho de ocupar cargos públicos lo han abordado Gaitán y Cáceres (1995), Fernández (2008), Rodríguez (2011) y Fernández y Oliva (2012); estos estudios coinciden en que la llegada de mujeres a instancias de poder es producto del influjo de tendencias globales que vinculan el concepto de democracia con el de equidad de género. Fernández (2008) considera que visibilizar la llegada de mujeres al poder contribuye a erosionar el modelo tradicional de hacer política, el cual fija “un techo de cristal” y un “piso engomado” a sus aspiraciones” (p.66). Stiegler y Gerber (2009) por su parte, lo califican como un “acto pedagógico” que demuestra a las nuevas generaciones que el poder político puede y debe ser ejercido por ambos sexos (p. 27). Es a partir de iniciativas como la que se discutió en el Congreso en 1954, que se intenta corregir la ausencia de mujeres en instancias en las que los hombres, históricamente, han sido mayoría.

Los ejemplares de *Diario de Costa Rica* y *La República* constituyen la fuente primaria del estudio, la elección de estos dos periódicos responde al interés de obtener una perspectiva equilibrada de los eventos debido a que la moción que suscitó el debate fue realizada por un diputado perteneciente a grupos de oposición mientras que las objeciones se dieron por parte de la bancada del Partido Liberación Nacional (en el gobierno). Las tensiones políticas heredadas de la década de 1940 seguían latentes e incidieron, no en pocas ocasiones, en las decisiones legislativas. Se recurrió al análisis crítico del discurso (Wodak y Fairclough, 2000) como principal herramienta metodológica. El corpus lo conforman noticias y crónicas sobre la moción presentada en el marco de la creación del Instituto de Vivienda y Urbanismo (denominado Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo). También se analizaron entrevistas efectuadas a diputadas y diputados, así como las actas de las sesiones de la Asamblea Legislativa.

En el curso de la investigación se identificó la creencia de que la aprobación de la ciudadanía en la Constitución Política (1949) garantizaría el acceso de las mujeres, de manera inmediata y sin restricciones, a cargos de alta responsabilidad. Fue posible constatar que algunos argumentos expuestos a favor de disponer por Ley puestos directivos para las mujeres coincidieron con los esbozados cuando se discutió la aprobación del sufragio en la Asamblea Nacional Constituyente convocada en 1949. Aunque la sociedad costarricense de mitad de siglo XX experimentó pequeñas rupturas en cuanto a los roles de género y, sin duda, el reconocimiento de la ciudadanía propició, en alguna medida, la incursión de las mujeres en ámbitos de los que habían estado al margen no logró, ni de modo absoluto ni inmediato, erradicar mandatos sociales y culturales que habían naturalizado la forma de hacer política.

La valoración del alcance del principio de igualdad real sería un asunto tratado en el plenario décadas más tarde, bajo el impulso de nuevas recomendaciones debido a la escasa presencia de mujeres en ese ámbito. Por lo anterior, la moción presentada por el diputado Echandi Jiménez puede calificarse como “una incipiente acción afirmativa,” un precedente de lo que se conocería a finales del siglo XX como acciones de discriminación positiva. Al recuperar la iniciativa de Echandi se intenta sumar ese conocimiento a la historia de las mujeres costarricenses en el camino que han debido transitar a fin de consolidar sus derechos.

Referencias bibliográficas

- Astelarra, J. (2004). *Políticas de género en la Unión Europea y algunos apuntes sobre América Latina*. Vol. 57. Publicación de las Naciones Unidas. Chile.
- Astelarra, J. (2005). *¿Libres e iguales? Sociedad política desde el feminismo*. México: Editorial de Ciencias Sociales.
- Barahona, M. (1994). *Las sufragistas de Costa Rica*. Ed. Universidad de Costa Rica.
- Chacón, M. (1984). *Las mujeres del 2 de agosto de 1947 en la vida política del país*, Tesis de Licenciatura en Historia, Universidad de Costa Rica.
- Dahl, R. (1999). *La democracia. Una guía para los ciudadanos* Madrid: Taurus.
- Gaitán J. y Cáceres, M. (1995). "La Mujer En El Discurso Político," *Reis*, nº 69: 125-47. https://www.jstor.org/stable/40183780?seq=1#page_scan_tab_contents.
- Rincón L. (2015). "Mujer y poder político en Latinoamérica: Una reflexión desde el siglo XXI, Utopía y Praxis Latinoamericana," *Revista Internacional de Filosofía Iberoamericana y Teoría Social*, 20. Nº 68 (enero- marzo): 65-78. <http://www.redalyc.org/html/279/27937090006/>.
- Rodríguez, E. "(2008). Ciudadanía y derechos civiles y políticos de las mujeres en Costa Rica (siglos XIX y XX)," (Distrito Federal: Centro de Investigaciones sobre América Latina y el Caribe, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Rodríguez, E. (1999). "Los discursos sobre la participación de las mujeres en la política (1910-1949), *Revista Parlamentaria*, 7, 1 (abril): 85-122.
- Sagot, M. (2011). "Importa la igualdad de las mujeres en una democracia? Ángela Acuña y el sufragismo en Costa Rica," *Revista Reflexiones* 90 (1): 23-35. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/reflexiones/article/view/1470>
- Solano, M. (2005). *La Liga Feminista Costarricense y el inicio del largo camino por el voto de las mujeres en Costa Rica*. Tesis Maestría estudios de la mujer, Universidad de Costa Rica.
- Valcárcel, A. (2001). "La memoria colectiva y los retos del feminismo," *Serie Mujer y Desarrollo CEPAL*, Chile: Naciones Unidas.
- Wodak, R., & Fairclough, N. (2000). Análisis crítico del discurso. En *El discurso como interacción social: estudios del discurso, introducción multidisciplinaria*. 367-404. Gedisa.

Norma Técnica Ya: Análisis del discurso del movimiento ciberfeminista en Twitter a favor de la normalización técnica de la ley del aborto impune en Costa Rica

Bach. Rebeca Soto Cabezas ¹²

Bach. Daniella Víquez Sancho ¹³

Bach. María José Zúñiga Hilje ¹⁴

Bach. Esteban Cubero ¹⁵

Palabras claves: aborto impune, norma técnica, Twitter, ciberactivismo, ciberfeminismo, análisis del discurso, hashtags, movimientos sociales

Esta es una investigación en desarrollo para optar por el grado de licenciatura en Comunicación Estratégica. El objetivo es analizar el discurso del movimiento a favor de la aprobación de una norma técnica para el aborto impune en Costa Rica, en la red social *Twitter*, del 5 de julio al 10 de agosto del 2018. Esto con el fin de generar un marco de referencia crítico para el movimiento. En específico, se plantea describir el contexto nacional en torno al aborto y el aborto impune, así como una discusión de la relevancia de este movimiento para la comprensión de las prácticas de ciberactivismo. También pretende caracterizar a las actoras y actores de este movimiento en específico, y finalmente analizar los recursos y estrategias discursivas utilizadas en la plataforma digital de Twitter bajo los hashtags #NormaTécnicaYa y #FirmeYa.

Respecto al aborto impune, desde 1971 el Código Penal de Costa Rica establece que este es legal si es practicado con el consentimiento de la mujer, y para evitar peligros en su vida y su salud (Código Penal de Costa Rica, art. 121). No obstante, no existe una norma técnica que reglamente esto en el país de una forma concreta. En los últimos 20 años solo se han registrado 78 casos de aborto impune, en un país en el que anualmente nacen unas 70 mil personas (Umaña, 2017, párr. 31).

¹² Periodista y productora audiovisual graduada de la Universidad de Costa Rica. Actualmente se desempeña como editora general de la revista digital de corte feminista *Revista Vacío*. Ha trabajado como parte de diversos largometrajes nacionales tales como "El Baile de la Gacela".

¹³ Periodista y productora audiovisual graduada de la Universidad de Costa Rica. Trabajó en *Revista Perfil* donde publicó reportajes y entrevistas a mujeres costarricenses destacadas en sus profesiones velando por la integridad y el enfoque de género de estas.

¹⁴ Productora audiovisual graduada de la Universidad de Costa Rica y activista feminista autoconvocada. Trabajó en el proyecto de comunicación digital *Suave un Toque*. Además coprodujo el largometraje documental *Cartas a Marco Antonio* y ha colaborado en diversos proyectos audiovisuales.

¹⁵ Comunicador graduado de la Universidad de Costa Rica y activista por los derechos humanos. Actualmente trabaja como comunicador en la Organización Internacional para las Migraciones (OIM). También trabajó en el Frente por los Derechos Igualitarios y fue co-investigador de "Políticas Públicas de Comunicación en América Latina: derecho a la comunicación con perspectiva de género".

La aprobación de la norma técnica de aborto impune en Costa Rica cobró nueva relevancia gracias a las demandas impuestas por Ana y Aurora, pseudónimos de dos mujeres costarricenses a las que se les negó el aborto terapéutico y se llevó la petición frente a la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) en el 2015. Un par de años después el candidato presidencial Carlos Alvarado se comprometió en su campaña electoral a aprobar la norma técnica para el aborto impune. Sin embargo, luego de asumir la presidencia en mayo del 2018, Alvarado estableció este como un tema poco prioritario, lo cual ha generado un fuerte movimiento de presión exigiendo el cumplimiento de su compromiso, que inició utilizando las redes sociales como plataforma, para posteriormente traducirse también a activismo fuera de línea con acciones como marchas, plantones y cartas al presidente.

Como base teórica para el proyecto se parte del tecnofeminismo y ciberfeminismo, utilizando el trabajo de Judy Wajcman (2006) y Sadie Plant (1997). Además en el análisis de los datos se toman en cuenta teorías de otras feministas como Yayo Herrero (2013), Judith Butler (1990), y Sau (2000). Para la comprensión de las redes sociales como espacio de movilización se toma en cuenta el trabajo de públicos en red de Boyd (2011), así como planteamientos de Manuel Castells (2012) sobre públicos en red. También se toman en cuenta los planteamientos sobre ciberactivismo de De Ugarte (2007) y Margetts, John, Hale y Yasseri (2016). Finalmente, para el análisis del discurso se utilizan teorías y conceptos de Teun A. Van Dijk (1997), Londoño y Frías (2011), Calsamiglia y Tusón (1999), Chilton y Schäffner (1997) y Charaudeau (2009).

En el estado de la cuestión se descubrió que existe una amplia gama de investigaciones con relación a ciberactivismo en redes sociales; tanto en Iberoamérica, Estados Unidos y Europa, se abordan distintos movimientos sociales como la afroconciencia, reformas sociales, procesos de paz, luchas feministas y de diversidad sexual, entre otros. Es importante resaltar que de todas las investigaciones estudiadas y relacionadas a ciberactivismo en redes sociales, el 59% utilizan Twitter como su principal plataforma de análisis, y que el 72% se centran sus estudios a partir de los contenidos generados por hashtags. Por otro lado en Costa Rica, el aborto en general es un tema sujeto a numerosas investigaciones; sin embargo, se descubrió que estas casi siempre se dan en los ámbitos médicos o legales, y solo un porcentaje muy bajo de artículos desde la perspectiva de la comunicación, por lo que existe una ventana en este campo.

A nivel metodológico, se propone una metodología cualitativa de análisis del discurso que incluye análisis de contexto, caracterización de actrices y actores, y análisis de recursos discursivos utilizados en los tweets. Adicionalmente, se utilizará herramientas cuantitativas para obtener datos como frecuencias y popularidad de tweets que son importantes para la investigación. Se plantea utilizar matrices para recolectar y procesar los datos obtenidos, y también de teoría fundamentada, a través de tablas de codificación. Por su parte, para el análisis de la información se plantea utilizar tanto la triangulación metodológica como la triangulación teórica a partir de teoría sobre ciberfeminismo, ciberactivismo y discurso político.

Hasta el momento se ha encontrado que se realizaron 1112 (#NormaTécnicaYa) y 1260 (#FirmeYa) tweets con estos hashtags en estas semanas, y que su uso inició el mismo día que el Presidente Carlos Alvarado dio declaraciones afirmando que el aborto terapéutico no era prioritario.

Referencias bibliográficas

- Boyd, D. (2011) Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics and Implications. En Z. Papacharissi (Ed.) *A Networked Self. Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. pp 39 - 58. Recuperado de: [https://marcell.memoryoftheworld.org/Zizi%20Papacharissi/A%20Networked%20Self_%20Identity,%20Community%20and%20Culture%20on%20Social%20Network%20Sites%20\(2552\)/A%20Networked%20Self_%20Identity,%20Community%20and%20-%20Zizi%20Papacharissi.pdf](https://marcell.memoryoftheworld.org/Zizi%20Papacharissi/A%20Networked%20Self_%20Identity,%20Community%20and%20Culture%20on%20Social%20Network%20Sites%20(2552)/A%20Networked%20Self_%20Identity,%20Community%20and%20-%20Zizi%20Papacharissi.pdf)
- Butler, J. (1990) *Gender Trouble: Feminism and the subversion of identity* [Problema de género: feminismo y la subversión de la identidad]. Recuperado de: http://lauragonzalez.com/TC/BUTLER_gender_trouble.pdf
- Calsamiglia, H. y Tusón, A. (1991) *Las cosas del decir: manual del análisis del discurso*. España: Editorial Ariel
- Castells, M. (2012) *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet*. Madrid: Alianza. Recuperado de http://campus.eccc.ucr.ac.cr/pluginfile.php/466/mod_resource/content/0/Castells-2012-Redes-de-indignacion-y-esperanza.pdf?fbclid=IwAR1bESrGS5nr9byeJqpa oeF06-UPQSThtjy3VYd1sAl1aEENhs7yjjFsmNk
- Charaudeau, P. (2009). *La argumentación persuasiva. El ejemplo del discurso político*. Université Paris-Nord 13. Recuperado de: https://www.patrick-charaudeau.com/IMG/pdf/2009_d_Argum-_y_persuasio_Hom_Bolivar_.pdf
- Chilton, P. y Schäffner, C. (1997) Discurso y política. En van Dijk, T.A. (compilador) *El discurso como interacción social : Estudios del discurso: introducción multidisciplinaria. Volumen 2*, 297-330. Barcelona, España: Editorial Gedisa.
- Código Penal de Costa Rica. (1970). Artículo 121. Recuperado de: http://www.oas.org/dil/esp/codigo_penal_costa_rica.pdf
- De Ugarte, D. (2007). *El poder las redes. Manual ilustrado para personas, colectivos y empresas abocados al ciberactivismo* . Recuperado de <http://www.pensamientocritico.org/davuga0313.pdf>
- Herrero, Y. (2013) Miradas ecofeministas para transitar a un mundo justo y sostenible. *Revista de Economía Crítica* , 16, 278 -307. Recuperado de: https://www.avlaflor.org/wp-content/uploads/2016/12/09_YayoHerrero.pdf

- INEC (Mayo 2018) *Defunciones maternas 2000- 2018. Proceso de búsqueda y reclasificación*. Recuperado de: <http://www.inec.go.cr/sites/default/files/documentos-biblioteca-virtual/mepoblacdefmaternas2000-2017.pdf>
- Margetts, H., John, P., Hale, S. y Yasseri, T. (2016) *Political Turbulence: How Social Media Shape Collective [Turbulencia política: cómo las redes sociales dan forma al colectivo]*, Nueva Jersey, Estados Unidos: Princeton University Press. Recuperado de: https://books.google.co.cr/books?id=tfuxCQAAQBAJ&pg=PA1&hl=es&source=gbs_toc_r&cad=4#v=onepage&q&f=false
- Plant, S. (1997). *Zeros and Ones: Digital Woman + the New Technoculture [Ceros y unos: Mujeres digitales + la nueva tecnocultura]*. Recuperado de: https://monoskop.org/images/d/d1/Plant_Sadie_Zeros_and_Ones_Digital_Women_and_the_New_Technoculture_1998.pdf
- Sau, V. (2000) *Diccionario Ideológico Feminista Vol. 1*. Barcelona: Editorial Icaria.
- Umaña, P. (2017) *Aborto terapéutico atrapado entre el temor médico*. Semanario UNIVERSIDAD. Recuperado de: <https://semanariouniversidad.com/pais/temor-ata-manos-la-figura-del-aborto-terapeutico/>

“Con las botas puestas por una vida sin violencia”: Video educativo para el abordaje y la prevención de la violencia contra las mujeres

M.Sc.Mónica Quirós Villalobos ¹⁶

El contexto de este trabajo final de investigación aplicada surge en el marco del Proyecto: “Redes locales para la gobernabilidad autónoma, la defensa de los derechos indígenas y la relación universidad - comunidad desde la perspectiva de la interculturalidad”, el cual fue parte del Programa de Regionalización Interuniversitaria del Consejo Nacional de Rectores (CONARE)¹⁷. Este proyecto parte de la experiencia del equipo de la Iniciativa Interuniversitaria de Desarrollo Regional (IIDR) de aproximadamente seis años de trabajo en las comunidades indígenas tanto bribris como cabécares. El objetivo general de este proyecto fue contribuir a la prevención y el abordaje de la violencia contra las mujeres indígenas bribris, mediante la producción conjunta de un video educativo y su guía de uso que aborde esta temática en el cantón de Talamanca, Limón.

Los referentes teóricos–conceptuales son: comunicación intercultural, los derechos humanos de las mujeres, enfoques comprensivos del abordaje de la violencia contra las mujeres (modelo ecológico, ciclo de la violencia, interseccionalidad) y el feminismo comunitario. La metodología utilizada parte de un enfoque cualitativo y tuvo un alcance exploratorio, ya que no se han constatado otras experiencias similares de producción de materiales educativos audiovisuales sobre la temática de violencia contra las mujeres indígenas bribris. Se abordaron estrategias metodológicas cualitativas de corte participativo que parten de la mediación pedagógica desde la educación popular y de la propuesta de interaprendizaje para la atención de la violencia intrafamiliar. Por otra parte, se retomaron algunas premisas del trabajo de campo de la antropología social.

Las técnicas de recolección de la información que se utilizaron fueron: la investigación documental de fuentes primarias y secundarias, la observación participante dentro de los espacios comunitarios, la entrevista y la escucha activa con mujeres indígenas y otras personas de la comunidad, el grupo focal, talleres, el uso del diario del campo, entre otras.

¹⁶ Antropología Social, Comunicación, Producción Audiovisual y Fotografía. Experiencia en el trabajo con poblaciones diversas (poblaciones indígenas, mujeres, jóvenes migrantes, funcionarios/as de instituciones, docentes, estudiantes, comunicadores/as, entre otros) tanto en educación formal como no formal en temas vinculados al derecho a la comunicación, derechos humanos, prevención de la violencia contra las mujeres, enfoque de género, derechos de las mujeres indígenas e interculturalidad, migración, trata de Personas y tráfico ilícito, gestión cultural. Diseño e implementación de estrategias de comunicación social a nivel local y nacional.

¹⁷ Este proyecto fue ejecutado de manera conjunta desde las cuatro universidades públicas en las siguientes instancias: Centro de Investigación en Estudios de la Mujer (UCR); Oficina de Equidad de Género (ITCR); Programa Identidad Cultural Arte y Tecnología (UNA) y el Centro Universitario de Talamanca (UNED). Esta iniciativa concluyó en el 2014.

Es importante destacar algunas de las reflexiones más importantes de los aprendizajes de este trabajo:

a) Partir del respeto a la cosmovisión indígena y la contextualización socio-cultural de cualquier abordaje académico y/o institucional es una máxima para no contribuir al irrespeto histórico a las comunidades indígenas por parte no solo de las academias, el Estado y/o las instituciones sino de las sociedades occidentales en general.

b) El uso del audiovisual constituye una herramienta educativa que por su forma basada en la oralidad y en lo visual está más cercana a la realidad de los pueblos indígenas y en este caso particular de las mujeres.

c) La validación del video educativo y su guía permitió la identificación, contextualización y adecuada decodificación de los mensajes audiovisuales, gráficos y de contenido para la población meta del producto de este trabajo final de graduación.

Referencias bibliográficas

Abarca, F. (1997). El Interaprendizaje: una propuesta pedagógica para sentir, pensar y enfrentar el problema de la violencia intrafamiliar. En Ramellini, T. *Estrategias de intervención especializada con personas afectadas por la violencia intrafamiliar: Emprendiendo un Camino* (3 - 35) Plan Nacional para la Atención y la Prevención de la Violencia Intrafamiliar (PLANOVI). San José, Costa Rica.

Cabnal, L. (2010). Acercamiento a la construcción de la propuesta de pensamiento epistémico de las mujeres indígenas feministas comunitarias de Abya Yala. En *Feminismos diversos: el feminismo comunitario* (11- 25). ACSUR – Las Segovias, España.

Danza, G. (1993). Historia y perspectivas del video educativo y cultural en América Latina. En *Diálogos de la Comunicación* 37 (60 - 70) Recuperado de <http://dialogosfelafacs.net/edicion-37/>

Grimson, A. (2001). *Comunicación e Interculturalidad*. Argentina: Grupo Editorial Norma

Guerrero, P. (2010). *Corazonar: Una Antropología comprometida con la vida*. Ecuador: Ediciones Abya Yala.

Gutiérrez, F. y Prieto, D. (1994). *La mediación pedagógica para la educación popular*. Costa Rica: Radio Netherland Training Centre

Hidalgo Herrera, C. y Rodríguez Miranda, R. (2007). *Reconocimiento de la especificidad de los pueblos indígenas en la aplicación de la ley contra la violencia doméstica a la luz del convenio 169 de la O.I.T: Mujeres Cabécares y Bribris de Shiroles Talamanca*. Tesis para optar por el grado de licenciatura en Derecho. Universidad de Costa Rica, Costa Rica

- Instituto Interamericano de Derechos Humanos. (2011). *Acceso a la justicia de las mujeres indígenas en Centroamérica*. Costa Rica: IIDH
- Varas, V. (2011). *Guía metodológica para la educación en el ejercicio de derechos de las mujeres indígenas*. Costa Rica: Instituto Nacional de las Mujeres
- Rodrigo, M. (1999) *La comunicación intercultural*. Barcelona, España: Editorial Anthropos.
- Quirós, M. (2012) Sa`tsini`ña: Nuestra memoria, mujeres bribris detrás de las cámaras. Programa de Regionalización Interuniversitaria. Iniciativa Región Huetar Atlántica. En Centro de Investigación en Estudios de la Mujer, Universidad de Costa Rica. *Redes locales para la gobernabilidad autónoma, la defensa de los derechos indígenas y la relación universidad – comunidad desde la perspectiva de la interculturalidad*. Costa Rica: Diseño Editorial S.A.
- Viquez, N. (2013). *Feminismos, interseccionalidad, colonialidad: Elementos para pensar las luchas de las mujeres bribri en el Caribe costarricense*. Costa Rica: Departamento Ecuménico de Investigación.
- Walsh, C. (2006). *Interculturalidad y (de)colonialidad: diferencia y nación de otro modo*. Recuperado de <http://www.ceapedi.com.ar/imagenes/biblioteca/libros/37.pdf>

III Encuentro

Feminismos, género y comunicación
2019

Eje temático 3:
Comunicación y políticas públicas

Recuperando experiencias poéticas de mujeres: poesía desde el centro penal

M.Sc. Carolina Urcuyo Lara

En esta ponencia, se pretende abordar como veinte mujeres privadas de libertad del centro penitenciario Vilma Curling se han acercado a la poesía y han visto en estas prácticas y ejercicios liberadores.

Durante los últimos siete años, la ONG Palabras Libres ha impartido un taller de poesía semanal en el cual se ha promovido la escritura y socialización de poemas como medio de expresión. Desde hace dos años, se han apoyado estas acciones a través del TC 637 "Derechos Humanos y Comunicación" de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva.

En los textos de estas mujeres poetisas se evidencia una experiencia liberadora desde el ejercicio del derecho al arte y la cultura en un espacio que puede ser en ocasiones opresor y poco inclusivo. La poesía no está confinada a un espacio ni a un taller, sino que también tiene una función resocializadora que desencadena en espacios de reflexión sobre las propias vidas e historias de las mujeres. Vale destacar que talleres similares se ejecutan actualmente en países como Guatemala, Argentina, México, Salvador e Italia.

Además de esta ponencia, que recopilará una investigación documental sobre la situación de las mujeres privadas de libertad en Costa Rica, se llevarán a cabo dos actividades adicionales las cuales reunirán los testimonios de las mujeres poetisas y de ellas y los estudiantes que participan en el taller.

Para esto, se realizará una lectura de las poesías de cinco mujeres, las cuales han sido invitadas al acto inaugural del Encuentro. Ellas tendrán un espacio para comentar sus poemas con el público asistente.

El día siguiente, se realizará un taller de fanzines, el cual ya se desarrolló en el centro penal. Para esto, se compartirá la metodología de creación de este producto de comunicación. La sala adonde se llevará a cabo la actividad tendrá colgada en las paredes diseños producidos a partir de estas experiencias así como los poemas escritos por este grupo de mujeres.

Luego, se motivará al público presente en la sala a producir su propio fanzine poético. Habrán materiales artísticos y posibilidades de encuadernación. Al final, se compartirán los textos en un círculo, en el cual todas las personas presentes pondrán en común las emociones que les provocan estas palabras, las imágenes que evocan en su imaginario y los recuerdos que nacieron a partir de la dinámica.

Se agradece la participación de este grupo de mujeres poetisas y el trabajo del Ministerio de Justicia y Paz, especialmente a la orientadora Marianela Garbanzo para que las mujeres poetisas se presenten en la Universidad de Costa Rica.

Referencias bibliográficas

- Cascante, F. (2019). Sobrepoblación golpea cárcel de mujeres: "Hay compañeras que duermen en los baños". *Semanario Universidad*. Recuperado de: <https://semanariouniversidad.com/pais/sobrepoblacion-golpea-a-carcel-de-mujeres-haycompaneras-que-duermen-en-los-banos/>
- Estado de la Justicia. (2017). II Informe del Estado de la Justicia. Estado de la Nación. San José – Costa Rica.
- INAMU (2016). Soles para un largo invierno: Antología de poesía del Taller Palabras Libres, Centro de Atención Institucional El Buen Pastor. (Colección Literatura de las Mujeres). San José – Costa Rica.
- Samaranch, E. (2016). Mujeres y cárceles en América Latina. Perspectivas críticas y feministas. Recuperado de: https://ddd.uab.cat/pub/papers/papers_a2017v102n2/papers_a2017v102n2p183.pdf
- UNODC, Handbook for Prison Managers and Policymakers on Women and Imprisonment, Atabay, T., Nueva York, 2008. <http://www.unodc.org/documents/justice-and-prison-reform/women-and-imprisonment.pdf>

Kattia Salas Guevara

IMPORTA

Reconocer que eres la madre de muchos no les importa
que ellos te admiren por quién eres no les importa
porque temen aceptar que eres lumbrera para las generaciones
y heroína para los que te rodean.

El dolor te hizo fuerte
te levantaste cuantas veces caíste
sobrevives a la agresión social
te cubres con la armadura de tu sapiencia
y con la endereza de una valquiria.

Pará ellos, reconocer que eres la madre de muchos no les importa,
que ellos te admiren por quién eres no les importa
porque temen aceptar que eres lumbrera para las generaciones
y heroína para los que te rodean.

El dolor te hizo fuerte,
te levantaste cuantas veces caíste,
Día a día sobrevives a la agresión social,
Cubriéndote con la armadura de tu sapiencia
y con la endereza de una valquiria.

ESENCIA

Esa esencia de ser mujer no se disipa
no importa el paisaje, la trinchera o el campo de batalla
Tu me has enseñado que lo que importa es la actitud,
Empleas estrategias envidiables,
provocando asombro y admiración en las naciones,
por ello el sabio,
te escucha y calla.

SIN TÍTULO

Te saludan género
te conocen como sumisa
te llaman sexo débil
ellos te dicen lo que debes hacer
Y creen que no es necesaria tu opinión.

Hazte ver
diles quien eres
no ocultes nada
porque en tus entrañas
llevas ese olor sangre
a combate y victoria.

Caminas,
con postura erguida,
no importa si aún impera el machismo
tu género se acentúa con ahínco por excelencia.

Kátherin Sánchez Arroyo

MUJER MARAVILLOSA

Mujer maravillosa es la que...

- Vive al máximo contra cualquier pronóstico médico.
- Decide concebir a su hijo aunque tal vez muera.
- El cáncer se llevó su cabello y peina su alma frente al espejo.
- La que se regala a sí misma una noche y mil para existir.
- Pone un alto y denuncia la violencia.
- Sabe que lo que la hace sentir mujer, no es un hombre.
- Se siente orgullosa sin importar su pasado.
- Se levanta cada mañana y seduce a la sabiduría con sus canas y arrugas.
- Su figura no es lo más importante para ella, sino su sonrisa ante la adversidad.
- Lloro sin importar que su maquillaje se arruine.
- Deja una huella a quien la conoce.

Mujer maravillosa

Es aquella que defiende lo que siente, para ser simplemente ella misma.

ROTUNDAMENTE LIBRE

Tan soberana como el aire
 Profunda como el mar de emociones que
 embarga mi espíritu,
 Tejedora de sueños
 Líder en mis convicciones
 Para que mi mirada baile al salir la luna
 Y mi cabello se moje de lloviznas,
 Para liberar mis pasiones.
 Fascinada de ser auténtica
 Con mis caderas anchas que se bambolean de
 alegría
 Y mis piernas cortas que caminan largo.
 Con mi rostro que abre ventanas a la seducción.
 Tan negra para la sociedad, ser estigmatizada
 Por vivir detrás de la muralla gris,
 pero tan blanca por ser quien soy.
 No importa nada, porque soy quien quiero ser.

SIN TÍTULO

Se atraviesa en mi garganta los malos recuerdos
 de la lluvia alcoholizada de tus malos días.
 Sé cuándo te conocí pero olvidé cuando te dejé
 de querer.
 La almohada de ella se pudrió con mis lágrimas
 que emanaban de ti.
 Tal vez te recuerde y mi alma no lo entienda
 porque amé
 como inocente y perdí como culpable cuando te
 elegí.

Te dejaste de mí la vulva de mis primeras flores en
 cada trozo de tu cuerpo,
 pero te obsequio toda la hiel que cultivaste en mí,
 pero jamás mi ser.

Porque soy tan distraída que pasé por alto recoger
 los besos que te di ayer.

Ileana Matamoros Carranza

ESTRÉS

El planeta no se cansa de girar
el mundo corre contra tiempo
la vida misma corta un ciclo en cada ser
pero el filamento de tu alma jamás encontré.

El ciprés se cansó de soñar
abandono de hilo de aromas y lloró
hoy yace en la selva de tu silencio, húmedo de
sal y dolor
detente brisa
que mueve el universo
molino que tritura mi verdor
rayo que hierva la pálida existencia
roca de fuego que quema hasta la extinción una
sonrisa
libertad de conde
prófugo de deseo
beso de tiniebla
caricia de luz
sobre una tierra que envejece
y renueva la danza
en opresión de desvelos
y segundos no habidos
ven y bebe a sorbos
el desprecio, la confusión y el olvido.

SENTIRTE

Quiero que me sostengas en tu mirada toda la
vida
deseo besar tus labios y que encuentres armonía
en los míos
quiero que me enamores todos los días
para vivir enamorada de ti
y que mi corazón suspire poesía.

Quiero comprenderte y que me valores
hacernos del olvido y no recordar a quienes
cobardes se fueron.

Sentirme protegida entre tus brazos
soñar cuando dices que me amas
te ofrezco mi calor, mi ternura y el aroma de mi
piel
para arrullarte la vida entera y escuchar tu corazón
por siempre.

Cómo ignorar lo sagrado del tiempo
reconocer cada milésima de la existencia tensada
en la plancha
quiero pensar en tu rostro para que el mío revele
una sonrisa
cada vez que el mundo intente robarme la alegría
he desnudado lo que soy para vestirme con
nuestros sueños
aún conservo la esperanza, en albergar entre
nosotros el verdadero significado de la felicidad.
Compartir.

COBARDE

Nunca tuviste más tiempo que para hablar de tu
miedo
con la boca cerrada
más no puedo odiarte.

Solo estuvo mal el calor de tus ojos del alma que
hora en estos
debo decirte de esta cama que ayer no fue la mía
el atardecer consume en llamas lilas el espejo del
presente
debería decirte que me dueles, que te extraño.

¡Mentira!

¿Cómo puede lastimarme lo que nunca me toca?
como el agua marina perderse en la luna
desearme sobre el ritmo de tus caderas no es
suficiente
eres y el miedo en ti que te inhibe a alcanzar las
cinco letras y danzar para siempre.
Ídem.

Yunita Sibaja González

SOLO RAZÓN

Tú y yo vivimos
atados mano con mano
de pronto alguien viene
nos libera
como si una luz entrara
entre nosotros

mientras no cese de llover
no podremos marcharnos
seguiremos juntos
ya no atados
ya no sumisos.
solo costumbre.
solo razón

INÚTIL

Siempre estás aún en mis soledades
suplo tu presencia con la cotidianidad del ir y
venir
hay veces intento esconderme
para que no me encuentre tu ausencia
inútil tarea
termino encontrada con tu nombre entre mis
labios

PIDO

Pido un aplauso
para las mujeres
que alzan su voz
más que rosado
son arcoíris de valor
Pido un minuto de silencio
por las que ya no tienen
voz
las que partieron sin tener
tiempo de decir
un te quiero
un adiós
Pido que en nuestro país
no se deje de luchar
para que
no exista un femicidio más

Natasha Solís Rivera

SIN TÍTULO

Falsos diamantes que hipnotizan con su brillo
sueños cambiantes que trascienden ilusiones
inocencias manchadas
ensuciando vidas
fuerzas silenciosas clamando por justicia
víctimas de un depredador
o muchas traicionadas por un amor.

SIN TÍTULO

Cada lágrima tiene su propio dolor
dentro de cada celda hay una historia
detrás de cada mujer hay un sufrimiento
cada pluma escribe un principio y un fin,
así como las hojas de un árbol cuando caen
o como una luz cuando se apaga
así es el dolor de ver tus ilusiones marcharse
y tus sueños como se van volando
la impotencia de no triunfar
ante nuestras adversidades
¿Hasta cuándo saldremos de ésta jaula que nos
destruyen por dentro?
¿Cuándo cesaran esos gritos de esa dolorosa
corona de espinas que cargamos
muchas princesas presas de la vida?

SIN TÍTULO

Cómo anhelo ese anochecer
que se vuelve mágico al verte aparecer
quisiera correr hasta ti
y borrar los momentos que me alejaron de ti
prisionera de un absurdo olvido
que pasa por desapercibido
porque tu recuerdo me susurra al oído
lo mucho que nos hemos querido

¿Cómo se miran los hombres frente al género y la heteronormatividad?: Discursos y posicionamientos de seis colectivos de hombres en Costa Rica

Lic. Nelson Ríos Castro

Palabras clave: Colectivos de hombres, Género, Diversidades Sexuales, Masculinidades, Discursos y Posicionamientos.

En esta ponencia me propongo indagar los discursos y posicionamientos de seis colectivos de hombres en Costa Rica en relación al género y la heteronormatividad. Este tipo de organizaciones están integradas mayoritariamente por varones, planteando importantes acciones para trabajar sus lugares de sexo, género y sexualidad.

En Latinoamérica existen diferentes trabajos que se han enfocado en retratar las experiencias de diferentes colectivos de hombres (Amado Salazar, Rodríguez Pardo, & Argüello Valbuena, 2012; García, 2013; Mella Barrientos, 2017; Zigliotto, 2016). No obstante, se enfocan casi siempre en categorías como las masculinidades o la resistencia anti patriarcal. Esto genera que se excluya otro tipo de agrupaciones que pueden dialogar con estos aspectos, pero que su eje de acción se centra en sus sexualidades e identidades de género diversas.

El presente trabajo responde a una investigación empírica donde me interrogo por su producción de sentidos subjetivos, a través de dimensiones como sus características poblacionales, su construcción de colectividad, sus discursos y sus prácticas (Ríos Castro, 2019). Al mismo tiempo, intento revertir esta limitación conceptual, incluyendo a organizaciones que plantean este trabajo en relación a sus masculinidades y la igualdad de género, pero que también buscan acuerpar a poblaciones de hombres sexualmente diversos u hombres trans.

Parto de una aproximación desde la teoría fundamentada constructivista (Charmaz, 2017), y utilizo herramientas teóricas propias de postestructuralismo (Deleuze & Guattari, 2004; Foucault, 1979, 1998, 2001), la psicología histórico cultural (González Rey, 2010, 2013), la performatividad (Butler, 2006, 2007), y la interseccionalidad (Collins & Bilge, 2016). Las herramientas de recolección que aportan al desarrollo de esta ponencia son las entrevistas abiertas y de observación participante, y a nivel de análisis utilizo la codificación, los memorandos y la comparación constante (Gibbs, 2012; Thornberg & Charmaz, 2014).

En cuanto a resultados, encuentro diferentes posicionamientos que van desde una orientación hacia un trabajo hacia construcción de intimidad y acompañamiento, hasta un trabajo de incidencia política hacia afuera. Así mismo, estos posicionamientos distribuyen sus focos de acción en el trabajo con el género y las masculinidades o en el trabajo con las diversidades sexuales. Cada tipo de elección dialoga con las otras, de modo que no existen posturas puras, y encontramos inquietudes muy variadas que convocan a cada organización. Estas elecciones responden a características poblacionales propias de cada agrupación donde la interseccionalidad es un aspecto importante, así como lo es la estructura organizacional que construyen para su abordaje.

Las principales categorías desde las que se construyen sus posicionamientos son las de masculinidades, lo patriarcal y las diversidades sexuales, cada una con distintas acepciones, elaboraciones e implicaciones sobre sus miradas colectivas. Las masculinidades pueden entenderse a lo largo de dos polos, uno que las mira como algo propio de los hombres que caracteriza sus prácticas y sus modos de relacionarse, y otro que las ve como una forma particular de actuación que responde a procesos de socialización que afectan a todas las personas. Lo patriarcal tiende a leerse tanto como estructura social que marca las diferencias de género y como el conjunto de sus manifestaciones a través de discursos, prácticas, afectos y formas de relación. Finalmente, las diversidades sexuales se leen a partir de las propias experiencias poblacionales antes que categorías teóricas predefinidas. De este modo, saltan interpelaciones a lo identitario, a la construcción de colectividad como poblaciones, a la discriminación como eje que marca sus experiencias de vida, y a la lucha por sus derechos como lugar de acción que los convoca. Cada una de estas miradas tiene sus efectos a la hora de plantear cambio social.

Referencias bibliográficas

- Amado Salazar, J. D., Rodríguez Pardo, E. F., & Argüello Valbuena, S. (2012). *Voces del Colectivo de Hombres y Masculinidades en Colombia. Tránsitos hacia una masculinidad alternativa*. Pontificia Universidad Javeriana.
- Butler, J. (2006). *Deshacer el género*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Butler, J. (2007). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Charmaz, K. (2017). Special Invited Paper: Continuities, Contradictions, and Critical Inquiry in Grounded Theory. *International Journal of Qualitative Methods*, 16, 1–8.
- Collins, P. H., & Bilge, S. (2016). *Intersectionality*. Cambridge: Polity Press.
- Deleuze, G., & Guattari, F. (2004). *Mil Mesetas. Capitalismo y esquizofrenia* (Sexta Edic). Valencia: Pre-Textos.

- Foucault, M. (1979). *Microfísica del poder* (Segunda Ed; J. Valera & F. Álvarez-Uría, Eds.). Madrid: Editorial La Piqueta.
- Foucault, M. (1998). *Historia de la Sexualidad I: La Voluntad de Saber*. México, DF: Siglo XXI Editores.
- Foucault, M. (2001). Post-scriptum: El sujeto y el poder. En H. L. Dreyfus & P. Rabinow (Eds.), *Michel Foucault: Más allá del estructuralismo y la hermenéutica* (pp. 241–259). Buenos Aires: Nueva Visión. García, L.
- F. (2013). *Nuevas masculinidades*. Discursos y prácticas de resistencia al patriarcado. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Gibbs, G. (2012). *El análisis de datos cualitativos en Investigación Cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata.
- González Rey, F. L. (2010). Las categorías de sentido, sentido personal y sentido subjetivo en una perspectiva histórico-cultural: un camino hacia una nueva definición de subjetividad. *Universitas Psychologica*, 9(1), 241–253.
- González Rey, F. L. (2013). La subjetividad en una perspectiva cultural-histórica: avanzando sobre un legado inconcluso. *CS*, (11), 19–42.
- Mella Barrientos, C. (2017). La emergencia del activismo masculino anti-patriarcal en la postdictadura chilena: el caso del “Kolectivo Poroto” (2005-2014). *Revista Austral de Ciencias Sociales*, (33), 123–142.
- Ríos Castro, N. (2019). *Producción de sentidos subjetivos en colectivos de hombres en Costa Rica. Hacia la construcción de tejidos alternativos ante el género, la heteronormatividad y otras formas de desigualdades sociales*. Universidad Nacional.
- Thornberg, R., & Charmaz, K. (2014). Grounded Theory and Theoretical Coding. En U. Flick (Ed.), *The Sage Handbook of Qualitative Data Analysis* (pp. 153–169). London: Sage Publications.
- Zigliotto, S. (2016). Las relaciones entre la representación hegemónica de lo masculino y las subjetivaciones. Género y sexualidades en los relatos autobiográficos de integrantes del Colectivo Varones Anti-Patriarcales (Mendoza, 2013). *Revista Punto Género*, (6), 11–28.

Participación de niños y niñas en la construcción de políticas públicas

M.Sc. Iliana Espitia Sutachan¹⁸

Para garantizar la adecuada participación de la ciudadanía en pleno, se hace necesario brindar oportunidades para que niños, niñas y adolescentes puedan expresar activamente su voz y sus posturas respecto a asuntos que les afecten. Esto no está limitado a actividades locales, sino que debe propenderse por su activa participación en la construcción e implementación de políticas públicas, motivando que ellos y ellas ejerzan una ciudadanía activa aun desde antes de que puedan ejercer su derecho al voto.

Al involucrarles en el desarrollo de sus comunidades desde lo más temprano posible en su vida, se puede considerar la posibilidad de contar con procesos de largo aliento transgeneracional (que supere las barreras de edad entre los adultos y los más jóvenes), que les involucren en la construcción del tipo de sociedad deseado de forma colectiva, generando posibilidades para un adecuado intercambio de liderazgos que reconozca los aportes que se pueden hacer aún desde diversos grupos etéreos.

Combatir las desigualdades sociales debería incluir los más disímiles puntos de vista e involucrar de forma amplia posible a las comunidades, buscando desde el inicio de la intervención en ir a la raíz de las problemáticas, superando las clásicas diferencias de clase, género y raza. Es, con las nuevas generaciones con quienes se puede ir abordando estas diferencias para que sean abordadas comunitariamente.

Un reto a enfrentar al referirse a participación infantil es superar la participación simbólica para abordar verdaderamente una participación efectiva que les involucre y permita que sus intereses sean representados. Lo anterior debe tener en cuenta que para poder garantizar esta participación se hace necesario reconocer las condiciones comunes que niños y niñas tienen para poder trabajar colaborativamente a partir de los puntos que tienen en común, por ejemplo: conformando grupos con edades similares entre sí, de tal forma que no se ven opacados unos a otros por las facilidades para comunicarse en lenguajes expresivos o por expresiones que impliquen el uso de la palabra. esto habla también de la importancia de contar con adultos “traductores” que puedan interactuar y apoyar la sistematización de los participantes, así como planear metodológicamente las sesiones de trabajo buscando garantizar la inclusión de los participantes reconociendo los momentos de vida en los que están.

¹⁸ Iliana Espitia es una experta en género, enfoque diferencial, niñez y política pública, que está trabajando por los derechos de niñas, niños y adolescentes desde hace más de 10 años tanto desde organizaciones sociales como desde el punto de vista estatal. Como feminista y lesbiana identifica la necesidad del reconocimiento de las diversidades presentes en la sociedad y las afectaciones que esto tiene para el acceso y ejercicio de los derechos.

Entre los referentes teóricos usados se encuentran Convención sobre los Derechos del Niño (CDN); Datos estadísticos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL, definición de Políticas públicas de Ocampo, J. A. (2004) y Velásquez Gavilanes, R. (2010), además de la escalera de participación de Roger Hart, publicada por Alfageme, E., Cantos, R., & Martínez, M. (2003) en el texto: *De la participación al protagonismo infantil Propuestas para la acción*.

Referencias bibliográficas

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL. (8 de Octubre de 2018). *CEPALSTAT | Bases de Datos y Publicaciones Estadísticas*. Recuperado el Octubre de 2018, de AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE: PERFIL REGIONAL SOCIO-DEMOGRÁFICO: http://estadisticas.cepal.org/cepalstat/Perfil_Regional_Social.html?idioma=spanish
- Ocampo, J. A. (2004). *Reconstruir el futuro. Globalización, desarrollo y democracia en América Latina*. Bogotá: Editorial Norma.
- Velásquez Gavilanes, R. (2010). Hacia una nueva definición del concepto "política pública". *Desafíos*, 20, 149-187.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (Diciembre de 2013). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*. Recuperado el Octubre de 2018, de PUBLICACIONES - GOVERNABILIDAD DEMOCRÁTICA - ABECÉ DEL SISTEMA NACIONAL DE BIENESTAR FAMILIAR: http://www.co.undp.org/content/colombia/es/home/library/democratic_governance/abece-del-sistema-nacional-de-bienestar-familiar.html
- Alfageme, E., Cantos, R., & Martínez, M. (2003). *De la participación al protagonismo infantil Propuestas para la acción*. Madrid: Edición Plataforma de Organizaciones de Infancia.
- M. L., M. M., A. R., A. C., E. F., G. S., . . . M. B. (2009). *INFANCIA Y DERECHOS HUMANOS Hacia una ciudadanía participante y protagónica*. Lima, Perú: IFEJANT - Instituto de Formación para Educadores de Jóvenes, Adolescentes y Niños Trabajadores de América Latina y el Caribe.
- Ministerio de Salud y Protección Social. (s.f.). Recuperado el Octubre de 2018, de Ciclo de Vida: <https://www.minsalud.gov.co/proteccionsocial/Paginas/cicloVida.aspx>

Brecha Digital de Género: Un análisis de los usos productivos de las TIC y la brecha salarial de género en Costa Rica

Dr. Rafael Arias Ramírez¹⁹
M.Sc. Luis Vargas Montoya²⁰

A pesar de que la literatura científica no es concluyente en cuanto al efecto de las TIC en la reducción de la brecha salarial de género, existe evidencia de que éstas incrementan la productividad y los salarios, sobre todo, de los trabajadores calificados (Ahlstrand, 2008; Akerman, Gaarder, y Mogstad, 2013; Falck, Heimisch y Wiederhold, 2016; Hur, Seo, Cheon, y Lee, 2016). En ese contexto, hay una motivación por profundizar en el estudio del efecto de la reducción en la brecha digital de género sobre la brecha salarial entre hombres y mujeres.

Para evaluar la brecha digital de género en usos productivos de las nuevas tecnologías y su efecto sobre la brecha salarial entre hombres y mujeres, en la presente investigación se propone el uso de los datos de la Encuesta Nacional de Cultura (ENC) 2016, realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) de Costa Rica. La ENC se aplica a una muestra de 6276 viviendas y 8033 personas y cuenta con representatividad a niveles nacional, de zona y de región de planificación.

Para llevar a cabo el análisis cuantitativo se propone una estrategia que consta de dos etapas. La primera de ellas consiste en estimar la brecha digital de género en usos productivos en Costa Rica y determinar cuáles son sus factores explicativos, siendo el sexo la variable objetivo. En una segunda etapa se estima el efecto de la brecha digital de género sobre las diferencias salariales entre hombres y mujeres.

Como principales resultados de la investigación se identificó que las mujeres dedican un menor tiempo al uso de las TIC en forma productiva, lo cual, se explica por factores sociodemográficos y patrones culturales de género. Asimismo, se determinó que el uso de TIC en forma productiva contribuye a disminuir la brecha salarial entre hombre y mujeres, inclusive, en la misma proporción que la experiencia laboral. Estos resultados se constituyen como un insumo para la toma de decisiones y la generación de política pública conducentes a reducir las asimetrías verticales que existen entre hombres y mujeres.

¹⁹ Profesor catedrático de la Escuela de Economía de la Universidad Nacional de Costa Rica. Es coordinador de investigación y participa como investigador en el programa de investigación "Sectores Productivos, Competitividad y Mercado de Trabajo". Es investigador asociado del Instituto de Investigaciones en Ciencias Económicas de la Universidad de Costa Rica (IICE-UCR), donde por 12 años ha coordinado el programa de investigación en economía regional. Ha sido miembro del Consejo Científico del IICE-UCR. Es miembro del consejo editorial de varias revistas, así como de múltiples redes académicas. Su maestría y doctorado los obtuvo en la Universidad de Minnesota, Estados Unidos de América.

²⁰ Investigador asociado del Instituto de Investigaciones en Ciencias Económicas de la Universidad de Costa Rica (IICE-UCR), donde colabora con el programa de investigación en economía regional. También es investigador asociado del Centro Internacional de Política Económica para el Desarrollo Sostenible de la Universidad Nacional de Costa Rica (CINPE-UNA), donde colabora con el programa de investigación en comercio. Es candidato a doctor en economía en la Universidad de Zaragoza, España, donde trabaja temas de economía digital, capital humano y desarrollo.

Referencias bibliográficas

- Ahlstrand, C. (2008). Does ICT-use improve your career? Effects from high ICT-use valued on the labour market. En Hans-Olof Hagén (Ed.), *Yearbook on Productivity 2008* (pp. 71-96). Estocolmo, Suecia: Statistics Sweden.
- Akerman, A., Gaarder, I. y Mogstad, M. (2013). The Skill Complementarity of Broadband Internet. *The Quarterly Journal of Economics*, 130 (4), pp. 1781-1824.
- Alozie, N. O. y Akpan-Obong, P. (2017). The Digital Gender Divide: Confronting Obstacles to Women's Development in Africa. *Development Policy Review*, 35 (2), pp.137-160.
- Antonio, A. y Tuffley, D. (2014). The Gender Digital Divide in Developing Countries. *Future Internet*, 6 (2014), pp. 673-687.
- Arulampalam, W., Booth, A. L., y Bryan, M. L. (2004). Is There a Glass Ceiling over Europe? Exploring the Gender Pay Gap across the Wages Distribution. *ILR Review*, 60 (2), pp. 163-186.
- Asamblea General de las Naciones Unidas, *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*, 21 October 2015, A/RES/70/1, disponible en: <http://www.refworld.org/docid/57b6e3e44.html> [accesado 3 junio 2018].
- Bae, P., Heima, J. y Karahasanovic, A. (2011). Understanding the new digital divide—A typology of Internet users in Europe. *Int. J. Human-Computer Studies*, 69 (2011), pp. 123-138.
- Bimber, B. (2000). Measuring the Gender Gap on the Internet. *Social Science Quarterly*, 81 (3), pp. 868-876.
- Black, S. E. y Spitz-Oener, A. (2007). Explaining Women's Success: Technological Change and the Skill Content of Women's Work. *The Review of Economics and Statistics*, MIT Press, 92 (1), pp. 187-194.
- Blau, F.
- D. y Kahn, L M. (2017). The Gender Wage Gap: Extent, Trends, and Explanations. *Journal of Economic Literature*, 55 (3), pp. 789-865.
- Brännström, I. (2012). Gender and digital divide 2000–2008 in two low-income economies in Sub-Saharan Africa: Kenya and Somalia in official statistics. *Government Information Quarterly*, 29 (2012), pp. 60-67.

- Bryson, A. (2016). Pay equity after the Equality Act 2010: does sexual orientation still matter? *Work, employment and society, n.a.* (n.a.), pp. 1-18.
- Campos-Castillo, C. (2015). Revisiting the First-Level Digital Divide in the United States: Gender and Race/Ethnicity Patterns, 2007–2012. *Social Science Computer Review, 33* (4), pp. 423-439.
- Cardona, M., Kretschmer, T. y Strobel, T. (2013). ICT and productivity: conclusions from the empirical literature. *Information Economics and Policy, 25* (2013), pp. 109-125.
- Cardoso, A. R., Guimaraes, P. y Portugal, P. (2016). What drives the gender wage gap? A look at the role of firm and job-title heterogeneity. *Oxford Economic Papers, n.a.* (n.a.), pp. 1-19.
- Ching, C.C., Basham, J. D. y Jang, E. (2005). The Legacy of the Digital Divide: Gender, Socioeconomic Status, and Early Exposure as Predictors of Full-Spectrum Technology Use Among Young Adults. *Urban Education, 40* (4), pp. 394-411.
- Chinn, M. D. y Fairlie, R. W. (2010). ICT Use in the Developing World: An Analysis of Differences in Computer and Internet Penetration. *Review of International Economics, 18* (1), pp. 153-167.
- Czernich, N., Falck, O., Kretschmer, T. y Woessmann, L. (2011). Broadband Infrastructure and Economic Growth. *The Economic Journal, 121* (Mayo), pp. 505–532.
- De Haan, J. (2004). A Multifaceted Dynamic Model of the Digital Divide. *IT&SOCIETY, 1* (7), pp. 66-88.
- Deschpande, A., Goel, D. y Khanna, S. (2018). Bad Karma or Discrimination? Male–Female Wage Gaps Among Salaried Workers in India. *World Development, 102* (2018), pp. 331-344.
- Duraisamy, M. y Duraisamy, P. (2016). Gender wage gap across the wage distribution in different segments of the Indian labour market, 1983–2012: exploring the glass ceiling or sticky floor phenomenon. *Applied Economics*, DOI: 10.1080/00036846.2016.1150955.
- Falck, O., Heimisch, A. y Wiederhold, S. (2016). Returns to ICT Skills. OECD Education Working Papers, 134, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/5jlzfl2p5rzq-en>.
- Fortin, N. M., Bell, B. y Böhm, M. (2017). Top Earnings Inequality and the Gender Pay Gap: Canada, Sweden, and the United Kingdom. *Labour Economics*, <http://dx.doi.org/10.1016/j.labeco.2017.05.010>.

- Gabriel, P. E. y Schmitz, S. (2017). An Empirical Analysis of Recent Trends in Gender Wage Differences for U.S. Workers. *Journal of Applied Business and Economics*, 19 (7), pp. 10-26.
- Goldfarb, A. y Prince, J. (2008). Internet adoption and usage patterns are different: Implications for the digital divide. *Information Economics and Policy*, 20 (2008), pp. 2-15.
- Gray, T. J., Gainous, J. y Wagner, K. M. (2017). *Social Science Quarterly*, 98 (1), pp. 326-340.
- Gutierrez, L. H. y Gamboa, L. F. (2010). Determinants of ICT Usage among Low-Income Groups in Colombia, Mexico, and Peru. *The Information Society*, 26 (2010), pp. 346-363.
- Heeks, R. (2010). Do Information and Communication Technologies (ICTs) Contribute to Development? *Journal of International Development*, 22 (2010), pp. 625-640.
- Hilbert, M. (2010). When is Cheap, Cheap Enough to Bridge the Digital Divide? Modeling Income Related Structural Challenges of Technology Diffusion in Latin America. *World Development*, 38 (5), pp. 756-770.
- Hong, J. (2017). Causal relationship between ICT R&D investment and economic growth in Korea. *Technological Forecasting & Social Change*, 116 (2017), pp. 70-75.
- Hur, J., Seo, H. Cheon, B. y Lee, Y. (Julio de 2016). ICT and Wage Inequality. KLI-KAEA Joint Seminar on Knowledge-Information Age and Labor, Seúl, Corea.
- Jiang, W. y Luh, Y. (2017). Gender digital divide in a patriarchal society: what can we learn from Blinder-Oaxaca decomposition? *Qual Quant*, 51 (2017), pp. 2555-2576.
- Jorgenson, D. W., y Vu, K. M. (2016). *Telecommunications Policy*, 40 (2016), pp. 383-397.
- Korupp, S. E. y Szydlik, M. (2005). Causes and Trends of the Digital Divide. *European Sociological Review*, 21(4), pp. 409-422.
- Lee, H., Park, N. y Hwang, Y. (2015). A new dimension of the digital divide: Exploring the relationship between broadband connection, smartphone use and communication competence. *Telematics and Informatics*, 32 (2015), pp. 45-56.
- Lengsfeld, J. H. B., (2011). An Econometric Analysis of the Sociodemographic Topology of the Digital Divide in Europe. *The Information Society*, 27 (2011), pp. 141-157.

- Leuze, K. y Strauß, S. (2016) Why do occupations dominated by women pay less? How 'female-typical' work tasks and working time arrangements affect the gender wage gap among higher education graduates. *Work, employment and society*, n.a. (n.a.), pp. 1-19.
- Losh, S. C. (2004). Gender, Educational, and Occupational Digital Gaps 1983-2002. *Social Science Computer Review*, 22 (2), pp. 152-166.
- M. Ceccobelli, M, Gitto, S. y Mancuso, P. (2012). ICT capital and labour productivity growth: A non-parametric analysis of 14 OECD countries. *Telecommunications Policy*, 36 (2012), pp. 282-292.
- Martínez-Cantos, J. L. (2017). Digital skills gaps: A pending subject for gender digital inclusion in the European Union. *European Journal of Communication*, 32 (5), pp. 419-438.
- Mocnik, D. y Širec, K. (2010). The determinants of Internet use controlling for income level: Cross-country empirical evidence. *Information Economics and Policy*, 22 (2010), 243-256.
- Niebel, T. (2018). ICT and economic growth – Comparing developing, emerging and developed countries. *World Development*, 104 (2018), pp. 197-211.
- Nishijimaa, M., Macedo, T. y Mori, F. (2017). Evolution and determinants of digital divide in Brazil (2005–2013). *Telecommunications Policy*, 41 (2017), pp. 12–24.
- O'Mahony, M. y Vecchi, M. (2005). Quantifying the Impact of ICT Capital on Output Growth: A Heterogeneous Dynamic Panel Approach. *Economica, New Series*, 72 (288), pp. 615-633.
- OECD (2017), *OECD Digital Economy Outlook 2017*, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264276284-en>.
- Ono, H y Zavodny, M. (2003). Gender and the Internet. *Social Science Quarterly*, 84 (1), pp. 111-121.
- Penard, T., Poussing, N., Mukoko, B. y Tamokwe, G.B. (2015). Internet adoption and usage patterns in Africa: Evidence from Cameroon. *Technology in Society*, 42 (2015), pp. 71-80.
- Rice, R. E. y Katz, J. E. (2003). Comparing internet and mobile phone usage: digital divides of usage, adoption, and dropouts. *Telecommunications Policy*, 27 (2003), pp. 597-623.
- Robinson, L. et al. (2015). Digital inequalities and why they matter. *Information, Communication & Society*, 18 (5), pp. 569-582.

- Schwanen, T., Mei-Po, K. y Fang, R. (2014). The Internet and the gender division of household labor. *The Geographical Journal*, 180 (1), pp. 52-64.
- Scott-Dixon, K. (2004). Old News from the "New Economy" Women's Work in ICT. *Canadian Women Studies*, 23 (3,4), pp. 23-29.
- Stiroh, K. J. (2001). Are ICT Spillovers Driving the New Economy? *The Review of Income and Wealth*, 48 (1), pp. 33-57.
- Van Deursen, A. J.A.M. y van Dijk, J. A.G.M. (2015). Toward a Multifaceted Model of Internet Access for Understanding Digital Divides: An Empirical Investigation. *The Information Society*, 31 (2015), pp. 379-391.
- Van Deursen, A. J.A.M., van Dijk, J. A.G.M. y Peters, O. (2011). Rethinking Internet skills: The contribution of gender, age, education, Internet experience, and hours online to medium- and content-related Internet skills. *Poetics*, 39 (2011), pp. 125-144.
- Van Deursen, A. J.A.M., van Dijk, J. A.G.M., ten Klooster, P. M. (2015). Increasing inequalities in what we do online: A longitudinal cross sectional analysis of Internet activities among the Dutch population (2010 to 2013) over gender, age, education, and income. *Telematics and Informatics*, 32 (2015), pp. 259-272.
- Van Dijk, J. y Hacker, K. (2011). The Digital Divide as a Complex and Dynamic Phenomenon. *The Information Society: An International Journal*, 19 (4), pp. 315-326.
- Vu, K. M. (2011). ICT as a source of economic growth in the information age: Empirical evidence from the 1996-2005 period. *Telecommunications Policy*, 35 (2011), pp. 357-372.
- Weinberg, B. A. (2000). Computer use and the demand for female workers. *Industrial and Labor Relations Review*, 53 (2), pp. 290-308.
- Zainudeen, A., Iqbal, T. y Samarajiva, R. (2010). Who's got the phone? Gender and the use of the telephone at the bottom of the pyramid. *New media & society*, 12 (4), pp. 549-566.
- Zhang, X. (2013). Income disparity and digital divide: The Internet Consumption Model and cross-country empirical research. *Telecommunications Policy*, 37 (2013), pp. 515-529.

III Encuentro

Feminismos, género y comunicación
2019

Panel:
Planteando retos a la Publicidad

La representación publicitaria de las mujeres desde la percepción del estudiantado universitario

Camila Ordóñez Laclé¹⁹
Nataly Ugalde Quesada²⁰
Nathaly Majlaton Ramírez-Amaya²¹

Considerando el papel de transmisión ideológica que tiene la publicidad en cuanto a la producción y reproducción de discursos con respecto al ser mujer y ser hombre en la sociedad, y partiendo del papel activo que pueden tomar las audiencias a la hora de procesar, interpretar y apropiarse de estos mensajes, en 2017 se realizó un estudio de enfoque mixto para responder a la pregunta: ¿Cuál es la percepción del estudiantado de la Universidad de Costa Rica con respecto a la imagen de las mujeres que (re)produce la publicidad?

Se eligió la audiencia universitaria visualizando su papel clave en tanto futuros y futuras profesionales que aportarán al desarrollo del país, y se seleccionaron principalmente estudiantes de carreras vinculadas con la creación, la contratación, y el análisis o regulación de la publicidad, entre quienes se efectuó una encuesta (n=423) y se completó el abordaje cualitativo con la realización de 2 grupos focales.

Para la etapa cuantitativa se aplicó un cuestionario compuesto por una escala de construcción propia para conocer las percepciones sobre la imagen de las mujeres en la publicidad (PIMEP), una versión adaptada de la Escala de Sexismo Ambivalente de Glick y Fiske (1996), y algunas preguntas sociodemográficas y sobre el consumo de medios de la población. Para la etapa cualitativa se trabajó con una guía de cinco preguntas abiertas y la exhibición de 4 anuncios considerados malas prácticas publicitarias para estimular la discusión grupal.

Se exponen aquí los principales procedimientos metodológicos y resultados de la fase cuantitativa de esta investigación, en la que se distingue que al menos 7 de cada 10 estudiantes participantes consideran que la publicidad influye en la forma en que la sociedad valora a las mujeres, perciben que la publicidad muestra con más frecuencia a las mujeres en espacios domésticos y de modo más reducido en espacios económicos, deportivos y políticos, y confirman que en los comerciales usualmente se les trata como objeto sexual. Asimismo, se observa que aproximadamente la mitad de la muestra reconoce diversas formas de discriminación en las representaciones publicitarias de las mujeres con base en aspectos interseccionales como la condición económica, la etnia, la discapacidad, la orientación e identidad sexual.

¹⁹ Coordinadora del proyecto Observatorio de la Imagen de las Mujeres en la Publicidad. CIEM UCR

²⁰ Asistente de investigación con horas estudiante asignadas por la Vicerrectoría de Investigación de la UCR.

²¹ Psicóloga, colaboradora ad-honorem de la investigación sin afiliación institucional.

A pesar del amplio reconocimiento de estereotipos y sesgos de género en el discurso publicitario que colocan en desventaja a las mujeres, prácticamente la mitad del estudiantado consultado no considera que la publicidad afecte la dignidad o el valor de las mujeres. Esta misma proporción se muestra “neutral” o niega que la publicidad sugiera una relación de dependencia, de menor inteligencia o capacidad de estas con respecto a los hombres, aunque estudios antecedentes de análisis de contenido señalen que esto aún se encuentra vigente en la publicidad de varios países (Castillo y Mensa, 2009, Alfaya y Villaverde, 2014, Encinas, 2017), incluida Costa Rica (Ordóñez, Arroyo, Majlaton y Jiménez, 2015).

Al respecto, se analiza que existe una posible minimización o desconocimiento entre una buena parte del alumnado universitario sobre el impacto social que pueden tener tales representaciones publicitarias sobre las mujeres, por lo que se concluye fundamental implementar mecanismos de capacitación y sensibilización en la perspectiva de género al interior de las distintas carreras universitarias, y en lo que respecta a la formación de una audiencias activas y críticas que aporten a la transformación cultural necesaria para lograr una sociedad más justa e igualitaria, tal como se ha sugerido en otros estudios (Del Valle et al., 2012; Donoso y Velasco, 2013).

Referencias bibliográficas

Alfaya, Elena y Villaverde, María Dolores. Deshumanizando a la mujer en la publicidad: un análisis de los nombres de imágenes de perfumes. (2014). *Dossiers Feministes*, 18, 93-108.

Castillo, Genara y Mensa, Marta. (2009). Estudio sobre la imagen de la mujer peruana en la publicidad gráfica del suplemento sabatino *Somos*. *Revista de Comunicación*, 8, 145-166.

Encinas, Andrea. (2017). *La imagen de mujer en la publicidad gráfica de comienzos del siglo XXI en España* (Tesis de Grado). Universidad de Valladolid. Segovia, España.

Del Valle, Carlos; Denegri, Marianela y Chávez, David (2012). Alfabetización audiovisual y consumo de medios y publicidad en universitarios de Pedagogía. *Revista Científica de Educomunicación*, XIX(38), 183-191.

Donoso-Vázquez, Trinidad y Velasco-Martínez, Anna. (2013). ¿Por qué una propuesta de formación en perspectiva de género en el ámbito universitario? *Profesorado*, 17(1), 71-88

Glick, Peter & Fiske, Susan. (1996). The Ambivalent Sexism Inventory: Differentiating Hostile and Benevolent Sexism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 491-512.

Ordóñez, Camila; Arroyo, Massiel; Majlaton, Nathaly y Jiménez, Ana María. (2015). *Informe de monitoreo de la imagen de las mujeres en la publicidad televisiva y de radio en 2015 en Costa Rica*. [Manuscrito no publicado].

Derechos de las mujeres y libertad de expresión en la publicidad comercial

M.Sc. Hellen Chinchilla Serrano²²

La presente ponencia analiza los límites de la publicidad y el derecho a la libertad de expresión frente a los derechos humanos de las mujeres. Esta surge de la investigación desarrollada en la tesis titulada “La regulación de la publicidad sexista en Costa Rica frente a los Derechos Humanos de las Mujeres” para optar por el grado de Licenciatura en Derecho.

El objetivo de este trabajo es, identificar las garantías presentes en los derechos humanos de las mujeres para el resguardo de la dignidad humana e igualdad frente al derecho a libertad de expresión en materia de publicidad comercial. Este estudio se desarrolla a partir del análisis jurisprudencial, doctrinario y normativo.

La publicidad es una actividad que es ejercida al amparo Constitucional de los artículos 29 y 46 de la Constitución Política, relativos a la libertad de expresión y la libertad de comercio, no obstante estos derechos tienen su límite frente a los derechos humanos y el interés público.

El análisis relativo a la libertad de expresión ha sido desarrollado por la Sala Constitucional en basta jurisprudencia. Dicha libertad no puede ser ejercida de forma irrestricta, sino que exige una seria ponderación de derechos en la cual tiene preponderancia el respeto a la dignidad humana. Asimismo, esta comprensión no absoluta de la libertad de expresión es entendida por la doctrina y las Naciones Unidas como un derecho protegido de forma restricta debido a que la información difundida mediante la publicidad tiene fines eminentemente comerciales de persuasión para el consumo de bienes o servicios.

En los instrumentos internacionales de Derechos Humanos también se establece la garantía a la libertad de expresión, e internacionalmente se reconoce que la publicidad es una actividad que se desarrolla en el ejercicio de este derecho, no obstante se dispone la posibilidad de limitarlo en resguardo de los derechos humanos. Por ello los entes y órganos estatales deben de aplicar el control de convencionalidad, particularmente en lo referente a los derechos humanos de las mujeres en la regulación de la actividad publicitaria, de forma que se garanticen los derechos humanos reconocidos en dichos instrumentos.

²² Abogada EHD Legal

Referencias bibliográficas

- Acosta, R. (2003). *Publicidad comparativa y competencia desleal (Tesis de licenciatura inédita)*. Universidad de La Salle, San José, Costa Rica.
- Antezana, P. (1987). *Consideraciones jurídicas sobre la explotación publicitaria de la imagen de la mujer* (Tesis de licenciatura inédita). Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.
- Balaguer, M. (Enero, 2008). Género y regulación de la publicidad en el ordenamiento jurídico. La imagen de la mujer. *Revista Latina de Comunicación Social* (63). doi: 10.4185/RLCS-63-2008-775-382-391
- Blanco, E. (Setiembre, 2005). Violencia de género y publicidad sexista. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui* (901), 50-55. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/160/16009110.pdf>
- Ferrer, C. (1992). *La Publicidad. Una teoría humanística de su estructura, método y técnica* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid. Recuperada de <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19911996/S/3/S3017001.pdf>
- Gorrotxategui, M. (1996). Publicidad y libertad de expresión. *Questiones publicitarias: revista internacional de comunicación y publicidad*, (5), 103-114.
- Jones, M. (1991). Gender Stereotyping in Advertisements. *Teaching Of Psychology*, 18(4), 231.
- Ley No. 6220. Regula Medios de Difusión y Agencias de Publicidad. Costa Rica
- Ley No. 7711. Elimina Discriminación Racial en Educación y Medios de Comunicación. Publicada en La Gaceta Diario Oficial No. 224 de 20 de noviembre de 1997. Costa Rica.
- Ley No.5811 . Sin título. Publicada en La Gaceta Diario Oficial No. 205, del 29 de octubre de 1975. Costa Rica.
- López Díez, P. (2005). *Los medios de comunicación y la publicidad como pilares fundamentales para lograr el respeto a los derechos humanos de las mujeres*. Recuperado de <http://www.pilarlopezdiez.eu/pdf/MDCpilares.pdf>
- López, J. (2014). *La publicidad y contenido sexista en los medios de comunicación atenta contra el principio de igualdad y no discriminación por razones de género* (Tesis de licenciatura). Universidad Central de Ecuador, Quito. Recuperada de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/3936>

- Luna Villegas, X. (2002). *Regulación de la publicidad comercial y su incidencia en la violación a los derechos fundamentales* (Tesis de licenciatura). Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica. Recuperada de <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/handle/123456789/1500>
- Martínez, E. (2012). La publicidad ¿Derecho Fundamental o de Empresa? Una perspectiva jurídico informativa . *Nueva Época* (8), 1-11. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3795425>
- Martínez, N y Arjona, S. (2014). Confrontación entre legislación y práctica publicitaria: Sexismo implícito. *Reidocrea* 3, 180-192. Recuperado de <http://digibug.ugr.es/handle/10481/32325>
- Montenegro Campoverde, G. (2013). *Sexismo en la Publicidad de los Medios de Comunicación* (Tesis de licenciatura). Universidad de Cuenca, Ecuador. Recuperada de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/4232/1/Tesis.pdf>
- Naciones Unidas, Asamblea General "Informe de la Relatora Especial sobre los derechos culturales", A/69/286 (8 de Agosto de 2014), disponible en: <http://undocs.org/A/69/286>
- Naciones Unidas, Comité de Derechos Humanos "Dictamen Comunicación N° 455/1991" CCPR/C/51/D/455/1991, disponible en: <http://undocs.org/CCPR/C/51/D/455/1991>
- Navarro, M y Martín, M. (2011). El sexismo publicitario: delimitación de conceptos e indicadores de género. Estudio empírico de la producción científica. *Pensar la publicidad*, 5(1), http://dx.doi.org/10.5209/rev_PEP.2011.v5.n1.36922
- Nikken, P. (1989). La declaración universal y la declaración americana. La formación del moderno Derecho Internacional de los Derechos Humanos. *Revista IIDH, Número especial en conmemoración del cuadragésimo aniversario de la declaración americana de derechos y deberes del hombre*, 65-99.
- Ordoñez, C y Arroyo, M. (2015). *Principios básicos para identificar el sexismo contra las mujeres en la publicidad*. Recuperado de http://oimp.ciem.ucr.ac.cr/sites/default/files/recursos/2016-01/Principos_basicos_identificar_publicidad_sexista.pdf
- Organización de Estados Americanos. (1948). *Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre*. Recuperado de <http://www.oas.org/es/cidh/mandato/Basicos/declaracion.asp>
- Organización de Estados Americanos. (1994). *Convención Interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer*. Recuperado de <http://www.acnur.org/biblioteca/pdf/0029.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la ciencia y la cultura, UNESCO, *Indicadores de Género para Medios de Comunicación* (Francia, 2014), disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002310/231069s.pdf>

Palomeque Pincay, J. (2015). *El sexismo del género femenino en los medios publicitarios* (Tesis de licenciatura). Universidad de Guayaquil, Ecuador. Recuperada de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/8023>

Sala Constitucional. (1990). Resolución No. 1292-90 del 17 de octubre de 1990.

Sala Constitucional. (1992). Resolución No. 3435-92 del 11 de noviembre de 1992.

Sala Constitucional. (1992). Resolución No. 3550-92 del 24 de noviembre de 1992.

Sala Constitucional. (1993). Resolución No. 3173-93 del 6 de julio de 1993.

Sala Constitucional. (1993). Resolución No. 5759-93 del 10 de noviembre de 1993.

Sala Constitucional. (1995). Resolución No. 2313-95 del 9 de mayo de 1995.

Sala Constitucional. (1996). Resolución No. 4205-96 del 20 de agosto de 1996.

Sala Constitucional. (1997). Resolución No. 6469-97 del 8 de octubre de 1997.

Sala Constitucional. (2000). Resolución No. 2000- 8196 del 13 de setiembre de 2000.

Sala Constitucional. (2002). Resolución No. 2002-3128 del 5 de abril del 2002.

Sala Constitucional. (2003). Resolución No. 2003-06926 del 15 de julio del 2003.

Sala Constitucional. (2004). Resolución No. 2004-9291 del 27 de agosto de 2004.

Sala Constitucional. (2005). Resolución No. 2005-09139 del 08 de julio del 2005.

Sala Constitucional. (2009). Resolución No. 2009-16300 del 21 de octubre de 2009.

Sala Constitucional. (2010). Resolución No. 2010-13719 del 18 de agosto de 2010.

Sala Constitucional. (2012). Resolución No. 2012-005178 del 20 de abril de 2012.

Sala Constitucional. (2014). Resolución No. 2014-16976 del 15 de octubre de 2014.

- Sotomayor Vizarreta, J. (2013). *La responsabilidad social empresarial en los sectores de bebidas alcohólicas y gaseosas frente al problema de la publicidad sexista* (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú. Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/5359>
- Torres, M. (Marzo, 2012). Prensa escrita anuncios de contacto ¿libertad sin igualdad? análisis crítico desde un enfoque de género y constitucional . Trabajo presentado en *I Congreso Internacional de Comunicación y Género*, Sevilla. Resumen recuperado de http://biblioteca.universia.net/html_bura/ficha/params/title/prensa-escrita-anuncios-contacto-libertad-igualdad-analisis-critico-enfoque-genero/id/65156858.html

El foco en ellas: experiencias de mujeres en la industria audiovisual publicitaria

M.Sc. Yanet Martínez Toledo
Bach. María Fernanda Tristán Meoño

Los estudios sobre el papel de las mujeres en la industria audiovisual se han concentrado principalmente en las representaciones de las mujeres en el audiovisual (Smith, Choueiti, Pieper, 2017). Se han sumado aquellos estudios que indagan acerca del papel de las mujeres en la producción audiovisual, especialmente de ficción (Skilset, 2010) y la brecha de género en los puestos de dirección creativa de las agencias de publicidad.

Sin embargo, no se ha investigado sobre la Industria de Producción Audiovisual Publicitaria (IPAP). Se considera que esta ausencia de estudios se debe a lo que denominamos la *opacidad* de la producción publicitaria; esa forma en que se enmascara, al menos en Costa Rica, al anonimato que tiñe los equipos de producción audiovisual publicitaria. No se transparenta el proceso de producción, ni hay créditos como en la industria cinematográfica. Esto contribuye a la invisibilización del trabajo de las mujeres en la profesión.

Entonces, en esta ponencia analizamos la desigualdades de género en la IPAP en Costa Rica a partir de las experiencias de mujeres en el sector. Elegimos la IPAP por el impacto que tiene en la construcción de estereotipos de género, diversidad sexual, clase y etnia (Crenshaw, 1996; Crenshaw, 2015; Lugones, 2008) que contribuyen a la construcción de un imaginario social marcado por la diferencia sexual, racial y étnica.

Empleamos metodología cualitativa y entrevistas a profundidad de tipo semiestructurado con la finalidad de conocer, desde la experiencia de las participantes, cómo han vivido la brecha de género en la IPAP y qué significa para ellas ser productoras audiovisuales en este campo. Las entrevistas responden a interrogantes sobre acceso de las mujeres a estudios en comunicación audiovisual y afines y la posterior profesionalización; formación técnica y académica, acceso y condiciones de empleo, división sexual del trabajo, relaciones de poder y toma de decisión en el espacio laboral.

Referencias bibliográficas

- Crenshaw, K. (1989). Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory and Antiracist Politics. *University of Chicago Legal Forum*, 1989, pp. 139-167.
- Crenshaw, K. (2015). *The urgency of intersectionality*. [Video]. Recuperado de https://www.ted.com/talks/kimberle_crenshaw_the_urgency_of_intersectionality?language=es
- Escalante, C. (2007). *Discursos sobre los ideales femeninos: Estético y doméstico pautados en la publicidad de la revista perfil del periodo 2006*. (Tesis para optar al grado de Licenciatura en Psicología). Universidad Fidélitas, San José.
- Fonseca, M. (2015). *Percepciones de un Grupo de Mujeres Adultas Mayores del Cantón Central de Limón sobre la Imagen que Transmite la Publicidad Televisiva sobre las Mujeres: Un Análisis desde los Derechos de las Mujeres* (Tesis para optar al grado de Licenciatura en Psicología). Universidad de Costa Rica, San José.
- Gregory, M. (2009). Inside the Locker Room: Male Homosociability in the Advertising Industry. *Gender, Work and Organization*, 16(3), pp. 323-347.
- Hall, S. (1997) The work of representation. En: Hall, S. (ed.) *Representation. Cultural representations and Signifying Practices*. The Open University. Sage Publications: London, pp. 13-73
- Innovation Group J. Walter Thompson, Geena Davis Institute on Gender in Media. (2017). *Gender Bias in Advertising*. Recuperado de <https://seejane.org/wp-content/uploads/gender-bias-in-advertising.pdf>
- Lara, N. (2012) La propuesta de la hermenéutica feminista como método en los estudios en comunicación. *Derecho a Comunicar. Revista de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información*, Núm. 4, enero-abril, pp. 33-45
- Lugones, M. (2008). Colonialidad y género. *Tabula Rasa*, 9, pp. 73-101.
- Marshall, R. (2015). *How Many Ads Do We See in One Day?* Recuperado de: <https://www.redcrowmarketing.com/2015/09/10/many-ads-see-one-day/>
- May, V. (2015) *Pursuing Intersectionality. Unsettling dominant imaginaries*. Routledge: London

- Melgar, J. (2018). *7mo Estudio de Redes Sociales de Centroamérica y el Caribe: 4 Insights importantes*. Recuperado de: <https://ilifebelt.com/estudio-de-redes-sociales-decentroamerica/2018/01/>
- Mora, V. (2017). El desarrollo de las agencias de publicidad y su relación con el caso costarricense. *Revista Reflexiones* 92 (2): 43-63, San José
- Mulvey, L. (1975). Visual Pleasure and Narrative Cinema. *Screen* 16. Num. 3 Autumn 1975 pp. 6-18. OIMP. (s.f.). ¿Qué somos? Recuperado de: <http://oimp.ciem.ucr.ac.cr/quesomos#objetivos>
- Pontón, J. (2015). Representación, cuerpo y mujeres en la publicidad ecuatoriana: un "Vistazo" histórico. *ComHumanitas*, 5(1), 105-120.
- Quesada, G. y Salas, R. (2003). *Las imágenes de masculinidad y de feminidad que la publicidad televisiva transmite a un grupo de jóvenes de 15 a 25 años* (Tesis para optar al grado de Licenciatura en Psicología). Universidad de Costa Rica, San José.
- Rodríguez, D. (2016). *The Role of Women in the Creative Process of Advertising and the Creation of Sexist Ads* (tesis de maestría). University for Peace, San José, Costa Rica.
- Salazar, Z. (2007). Imagen corporal femenina y publicidad en revistas. *Revista Ciencias Sociales*, 116, 71-85. Recuperado de: <http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/sociales/article/view/11195>
- Skillset. (2010). *Women in creative media industries*. Recuperado de www.ewawomen.com/uploads/files/surveyskillset.pdf
- Smith, S., Choueiti, M., Pieper, K. (2017). *Inequality in 900 popular films: Examining Portrayals of Gender, Race/Ethnicity, LGBT, and Disability from 2007-2016*. Recuperado de: https://annenbergl.usc.edu/sites/default/files/Dr_Stacy_L_Smith-Inequality_in_900_Popular_Films.pdf
- Smith, S., Choueiti, M., Pieper, K. (2015). *Gender Bias Without Borders. An investigation of female characters in popular films across 11 countries*. Recuperado de <https://seejane.org/wp-content/uploads/gender-bias-without-borders-full-report.pdf>
- Solano, M. (2013) *Características, tendencias y evolución creativa en las piezas gráficas publicitarias costarricenses de 1982 al 2012 según el Premio Pregonero de Bronce*. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Colectiva con énfasis en Publicidad, Universidad de Costa Rica.

The 3% Movement. (2014). *Female CDs on the rise*. Recuperado de: https://www.3percentmovement.com/sites/default/files/resources/3percent-ResearchResults_FINAL.pdf

Vasilachis, I. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. España: Ediciones Gedisa.

Vélez, C. (2001) Teología de la mujer, feminismo y género. *Theologica Xaveriana*, Núm. 140, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia, pp. 545-563

Walsh, C. (2010). Estudios (inter)culturales en clave de-colonial. *Tabula Rasa*, 12, pp.209-227.

Weinstock, A. (2014). Aportes del feminismo a la lucha socioambiental. *Estudos Feministas*, 22(2), pp. 647-655.

Belleza femenina y publicidad de productos cosméticos en Costa Rica

M.Sc. Virginia Mora Carvajal ²³

Palabras clave: Publicidad, belleza, mujeres, cosméticos, consumo.

Este trabajo se centra en el estudio de la publicidad impresa de productos cosméticos en Costa Rica durante la década de 1950. Para ello se utiliza una muestra de más de 900 anuncios publicitarios de los periódicos *Diario de Costa Rica* y *La Nación*, junto con 79 anuncios difundidos en el Suplemento Hablemos del Hogar y de la Moda, publicado como un inserto en el periódico *La Nación* durante la década de 1950. Este suplemento tiene la particularidad de ser una publicación dirigida específicamente al público femenino.

Los objetivos de esta investigación son: caracterizar la publicidad costarricense de productos cosméticos en la década de 1950; establecer las tendencias de su desarrollo, así como la presencia de las principales marcas de dicha industria; y, en tercer lugar, analizar los conceptos de belleza femenina que esta publicidad propone en el contexto de la sociedad costarricense de entonces, así como su relación con la construcción social de la feminidad durante el período estudiado.

Los anuncios recopilados fueron sistematizados en seis categorías de productos: cremas, polvos faciales, labiales, productos para las uñas y productos para los ojos, así como una de varios –que incluye anuncios que no se pueden colocar en una de las categorías anteriores, debido a que se refieren a varios tipos de cosméticos al mismo tiempo–. Cada una de esas categorías fue dividida a su vez en subcategorías por marcas de productos, ello con el fin de facilitar el estudio de las marcas de cosméticos presentes en la publicidad impresa costarricense del período y de comparar con la década de 1940, período en que las principales marcas internacionales de cosméticos comienzan a publicitarse en el país.

Además, para la sistematización de la publicidad recopilada se consideran aspectos como los siguientes: las marcas, el tipo de imágenes utilizadas, las imágenes femeninas empleadas (qué tipo de mujeres, su etapa de vida, en qué espacios o circunstancias, están solas o acompañadas), la relación entre la imagen del producto anunciado y la imagen de mujer presente en el anuncio, los eslóganes, los textos y la forma de introducir el producto o el por qué una mujer debería consumirlo, el uso del color en caso de haberlo, así como cualquier otro aspecto que se presente en los anuncios –dependiendo del tipo de producto– y que contribuya al cumplimiento de los objetivos de la investigación.

²³ Máster y Licenciada en Historia de la Universidad de Costa Rica. Docente en la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva, donde imparte los cursos de Historia de la Comunicación y Diseños, construcción de datos y análisis cualitativos, e investigadora del Centro de Investigación en Comunicación, ambos de la Universidad de Costa Rica. Sus temas de investigación se sitúan en el campo de la Historia de las mujeres, especialmente en el área de la Comunicación. Actualmente realiza investigaciones sobre la historia de la publicidad con perspectiva de género y la belleza femenina en el siglo XX. Entre sus publicaciones se encuentran las siguientes.

Al respecto, es posible destacar algunos hallazgos interesantes.

1) La presencia de las grandes marcas de la industria cosmética internacional como *Pond's*, *Revlon*, *Max Factor*, *Helene Curtis*, *Helena Rubinstein* y *Yardley*. Cabe destacar que algunas de estas marcas se publicitan desde la década de 1940, para consolidarse luego en los años cincuenta. No obstante, hay marcas cuya manifestación publicitaria varía entre las décadas de 1930 y 1950.

2) El producto cosmético más publicitado son las cremas, las cuales ya no se centran tanto en el blanqueamiento de la piel, sino en su rejuvenecimiento y en la aplicación de cremas con distintas propiedades –como la lanolina– para tener un cutis terso y suave. En este tipo de producto sobresalen las marcas *Pond's*, *Filoderma*, *Lanolin Plus*, *Primavera* y *Ancla*. En tal sentido, la aplicación de los descubrimientos científicos es evidente en la publicidad de los cosméticos, buscando con ello no solo fundamentar el mensaje publicitario, sino también asegurar la calidad de ellos al elaborarlos con base en productos que se sabe tienen efectos positivos sobre el cutis.

3) En la publicidad de las cremas también sobresale el recurso de apelar a actrices de cine o a mujeres “destacadas” de la sociedad para que den “testimonio” de que las cremas producen los efectos que se indican en sus anuncios publicitarios, hecho que indica la estrecha relación entre belleza y poder, incluso en el caso de un tema “aparentemente banal” como el uso de un determinado producto cosmético. Desde esta perspectiva, el papel de las actrices del cine de Hollywood en la difusión de algunos productos cosméticos fue fundamental para su adopción por parte de las mujeres, aunado a otros factores como las campañas publicitarias y los incipientes cambios en cuanto al papel de las mujeres en los distintos contextos sociales.

4) En cuanto a la utilización de imágenes de mujeres, sobresale el recurso a presentar el rostro de las mujeres o las manos, como las partes más mostradas del cuerpo de las mujeres –lo cual guarda relación con el tipo de cosmético publicitado–. Además, si bien todavía continúan usándose siluetas o dibujos, aumenta el recurso a presentar en los anuncios fotografías de modelos o de mujeres con su propio nombre, un cambio importante en relación con la publicidad de productos similares en la primera mitad del siglo XX. Generalmente se trata de mujeres jóvenes, blancas y muy bien arregladas o “pintadas”.

5) Asimismo, el elemento de la coquetería femenina y de la seducción también está presente en la publicidad de productos cosméticos, frases como “a la distancia de un beso” a partir de un cutis lozano y juvenil logrado mediante el uso de una crema; “ellos pierden la cabeza por la joven que usa *Pond's*”; “deslúmbrelo”; “labios tentadores” o “cuando usted coquetea él contempla sus labios”, son comunes en estos anuncios, con lo cual se construye socialmente un ideal de belleza femenina centrada en la satisfacción del hombre y no tanto en la satisfacción de las mujeres de sentirse bien con su propio cuerpo, de acuerdo con las necesidades propias de cada una de ellas.

6) En cuanto a los anuncios del Suplemento Hablemos del Hogar y de la Moda, en algunos de ellos se utiliza color –sobre todo el rojo–, una novedad interesante, que no es casual que surja precisamente en una publicación de este tipo dirigida a las mujeres, pues tal y como se ha evidenciado en el caso de otros contextos sociales –como por ejemplo las revistas femeninas estadounidenses desde las últimas décadas del siglo XIX–, este tipo de innovación surge primero en las revistas, consideradas publicaciones más exclusivas para públicos de clase media o alta y luego son incorporadas en la prensa diaria.

7) En síntesis, una mujer más equilibrada en el uso de los cosméticos, que busca la armonía entre ellos, básicamente en cuanto a la combinación efectiva de cada uno y su aplicación adecuada, así como la armonía en el color de sus ojos, mejillas, labios y uñas es, en general, el ideal de la belleza femenina en la década de 1950, equilibrio y armonía que está acorde con el orden, la moderación y la concordia que las mujeres en tanto mayoritariamente amas de casa, debían también tratar de lograr y mantener en el manejo de sus hogares, en el cuidado de sus hijos e hijas y en la relación con sus esposos. En resumen, armonía en el cuidado personal y también en el hogar.

Referencias bibliográficas

Dade, P. (2007). *All Made Up. 100 Years of cosmetics advertising*. London: Middlesex University Press.

Downing, S. (2012). *Beauty and Cosmetics 1550-1950*. Oxford: Shire Library.

Heimann, J. (Ed.). (2005). *The Golden Age of Advertising – the 50s*. Köln: Taschen.

Mora, V. (2010). Moda, belleza y publicidad en Costa Rica (1920-1930). *Boletín AFEHC*, 45. Disponible en: http://afehc-historia-centroamericana.org/index.php?action=fi_aff&id=2445

Mora, V. (2017). La publicidad de productos de belleza femenina en Costa Rica (1900-1930). *Cuadernos Inter.c.a.mbio sobre Centroamérica y el Caribe*, 14(1), 112-144. Recuperado de <http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/intercambio/article/download/28618/28626>

Mulvey, K. y Richards, M. (1998). *La mujer en el siglo XX. Décadas de belleza 1890- 1990*. Santiago de Chile: Editorial Contrapunto.

Peis, K. (2011). *Hope in a Jar. The Making of American's Beauty Culture*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Sutton, D. (2009). *Globalizing Ideal Beauty*. New York: Palgrave Macmillan.

