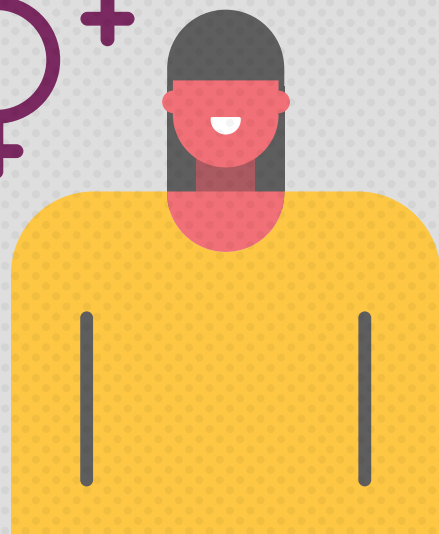
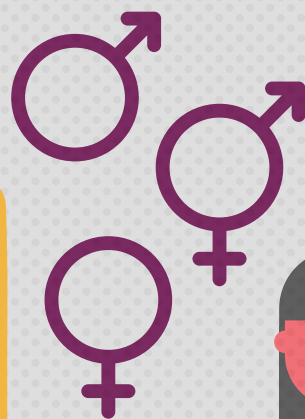
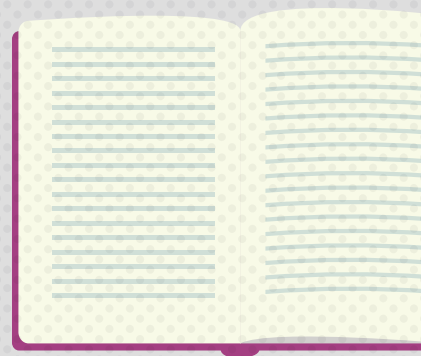
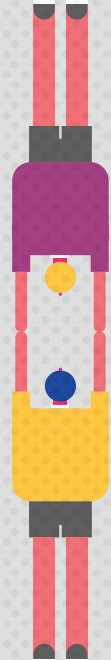


MÓDULO 6:

REPRESENTACIÓN
EN LOS MEDIOS
E INFORMACIÓN:
DESTACANDO LA
IGUALDAD DE
GÉNERO



“Como nos vemos en parte determina cómo nos tratan: como tratamos a los otros se basa en cómo los vemos; esta visión viene de la representación”.

– Richard Dyer, *The Matter of Images*

Antecedentes y fundamentos

La representación en contenido o productos puede tomar muchas formas. Muchos de nosotros vivimos en una cultura llena de imágenes y diariamente estamos rodeados de representaciones en la televisión, en las películas, en el reportaje de noticias y en los libros tanto en línea como fuera esta.

Los periodistas, autores, camarógrafos, anunciantes, publicistas y productores de películas, bloggers, vloggers, productores de contenido generado por el usuario y personas en general utilizan imágenes, audio y palabras escritas para transmitir contenido. Generalmente se ven limitados por el tiempo, el espacio, los recursos y otras restricciones editoriales para preparar y presentar las historias al público. Inevitablemente, ellas representan a personas, señalando lo que consideran relevante o no, características como raza, género, sexualidad, edad o clase. Esta selección implica a veces representaciones estereotipadas o excesivamente simplificadas, que pueden utilizarse para etiquetar a individuos o grupos y justificar creencias o actitudes estrechas. Esta puede que sea o no la intención del autor, productor o periodista/reportero. A veces está sujeta a la interpretación del receptor (espectador, lector u oyente). Cuando los

oradores actúan como instrumentos de conflicto, discurso de odio o discriminación, es lógico que sean responsables de sus acciones. Al mismo tiempo, una diversidad y pluralidad de voces y contenidos son aceptados internacionalmente. Es necesario encontrar un equilibrio para que la preocupación por las representaciones no enfríe la diversidad, y que una pluralidad opere dentro de los parámetros del habla protegida.

También tenemos que entender que los proveedores de contenido trabajan en un contexto social y que ellos son actores sociales dentro de ese contexto social. Están influenciados por la sociedad y a la vez influyen sobre ella. Tenemos que ver con más profundidad el contexto nacional específico dentro del cual operan las bibliotecas, archivos, museos, medios particulares y las empresas de comunicación digital en particular.

En el esfuerzo de ser alfabetizado en medios e información, debemos examinar las imágenes o representaciones y analizar no solo la imagen o el texto en sí, sino también el contexto narrativo y sus relaciones de poder que rodean dicho contenido y las cuales a veces no vemos. Es importante reconocer que mientras los medios y las empresas de comunicación digital, bibliotecas, archivos y museos tienen mucho poder para desafiar a la sociedad, también reflejan a la sociedad y sus relaciones de poder al proveer los tipos de historias y representaciones que generalmente aceptamos sin mucha duda.

Muchos proveedores de contenido en varias regiones han desarrollado voluntariamente códigos de diversidad, con el objetivo de garantizar que ellos mismos demuestren un compromiso con el contenido y con las iniciativas que son inclusivas y diversas. Muchas también siguen un código de ética que prohíbe el uso de material abusivo o discriminatorio basado en la raza, la etnia, la edad, el género, la identidad de género, la orientación sexual, la habilidad física o el estatus marital.

Las preguntas claves en este módulo incluyen: ¿Quién se beneficia de la aceptación de representaciones discriminatorias y quién pierde? ¿Cómo influyen estas imágenes en la forma en cómo nos vemos a nosotros mismos y a los demás? ¿De qué forma influye nuestro conocimiento y entendimiento del mundo más allá de nuestra experiencia inmediata? ¿Cuáles son las implicaciones para la igualdad de género y otras formas de desigualdad?

Unidades

Unidad 1:

El concepto de representación

Unidad 2:

Informes de noticias y el poder de las imágenes

Unidad 3:

Códigos institucionales sobre la diversidad y la representación

Unidad 4:

Televisión, cine y publicaciones impresas

Unidad 5:

Videos musicales y su representación

Unidad 1: El concepto de representación

La Alfabetización Mediática e Informativa implica un análisis crítico de las representaciones utilizadas por los medios, las empresas de comunicación digital, las bibliotecas, los archivos y los museos, etc., las formas en que las personas, los grupos, los lugares/las comunidades o incluso las noticias del día son "representadas" o retratadas en diversos medios y fuentes de información.

AMI implica una comprensión crítica del poder de las representaciones (de temas, individuos y comunidades) y la influencia de estas representaciones en el discurso del día y en cómo nos vemos a nosotros mismos y a los otros. AMI comprende el poder de los proveedores de contenido para dar forma a la manera como respondemos a una pandemia o crisis de salud, la elección que hacemos cuando emitimos un voto en una elección o la forma en que pensamos sobre nuestras identidades, comunidades y cultura.

Len Masterman recuerda a los educadores la importancia del análisis de los distintos proveedores de contenidos y de reconocer que todos ellos son sistemas de representación. Si estamos viendo a los medios y las empresas de comunicación digital como sistemas de representación, entonces las preguntas inevitablemente surgen en cuanto a quién está creando estas representaciones. ¿Quién está haciendo la representación? ¿Quién nos está diciendo que así es como es el mundo? ¿Que su forma de ver es simplemente la natural? Surgen otras preguntas. ¿Cuál es la naturaleza del mundo que está siendo representado? ¿Cuáles son sus valores y supuestos dominantes? ¿Cuáles son las técnicas utilizadas para crear [su] 'autenticidad'...? ¿Cómo son leídas las representaciones de los medios y las empresas de comunicación digital y cómo son entendidas por sus audiencias? ¿Cómo estamos, como audiencia, posicionados por el texto? ¿Qué interpretaciones divergentes existen...? (Adaptado de Masterman, 2010).

Como siempre, el análisis crítico en la Alfabetización Mediática e Informativa requiere que educadores y estudiantes exploren cómo las representaciones en todas las formas pueden afectar nuestras acciones y comportamientos, nuestro conocimiento y comprensión, nuestros pensamientos y sentimientos, nuestro sentido de sí mismos y nuestra relación con los demás. La Alfabetización Mediática e Informativa también tiene un papel importante que desempeñar en la promoción del diálogo, la diversidad, la equidad y la inclusión, al permitir a la ciudadanía crear y reconocer historias y perspectivas que a menudo no forman parte del contenido principal.

En muchos casos, las representaciones que aparecen a través de varios proveedores de contenido se basan en estereotipos, representaciones simplificadas que enfatizan la diferencia. Debido a esta simplificación excesiva a veces se muestra a la audiencia solo unas pocas características que pueden no representar exacta o totalmente un tema, un individuo o un grupo. Este tipo de enfoque estrecho a menudo puede impedirnos reconocer y comprender la riqueza y la complejidad que existen más allá de las representaciones. Los prejuicios de género se encuentran entre las formas más comunes de estereotipos. Esto tiene un impacto perjudicial, ya que esa representación hace que casi la mitad de la población mundial sea invisible en los medios. El Proyecto

Global de Monitoreo de Medios, la investigación más antigua sobre este tema, encontró que "en 2015, las mujeres representan solo el 24% de las personas que escucharon, leyeron o vieron en los periódicos, la televisión y las noticias de radio, exactamente como lo hicieron en 2010"⁶⁴. La brecha es aún más significativa en las noticias sobre política y gobierno, donde las mujeres representan solo el 16% de las personas en estas noticias.

En el paisaje multicultural, que es nuestra aldea global, parte de ser alfabetizados en medios e información es ser conscientes de las formas en las que los diversos proveedores de contenido presentan la diversidad de individuos, grupos y comunidades que conforman el tejido social y cultural de nuestro mundo.

Temas claves

- Estereotipos en los medios y empresas de comunicación digital.
- La importancia de la diversidad, la equidad y la inclusión en las representaciones de los proveedores de contenido.
- Cómo se pueden transmitir los mensajes y los valores a través de las representaciones de los proveedores de contenido.
- El impacto de la representación en las audiencias.
- El papel de la voluntad en la representación.
- El papel de las políticas para garantizar la diversidad, la equidad y la inclusión.

Objetivos de aprendizaje

- Análisis de las representaciones de los proveedores de contenido como construcciones.
- Evaluación del impacto de las representaciones de los proveedores de contenido en las audiencias.
- Evaluación del impacto de las decisiones políticas sobre la diversidad, la equidad y la inclusión.
- Identificación de las características de las representaciones de los proveedores de contenido que contribuyen a la diversidad en los medios.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículo (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- ¿Qué representaciones de raza, género o clase existen en el contenido que utiliza, o en los espacios en línea más amplios que visita? ¿Describiría esto como representaciones estereotipadas o diversas? ¿De qué manera los elementos visuales o el lenguaje utilizados refuerzan o rompen los estereotipos?
- ¿Qué grupos de género ve en los medios (presencia/invisibilidad) y en qué roles (estereotipos)?
- Entreviste a profesionales que trabajan en bibliotecas, archivos, museos, empresas

64. Global Media Monitoring Project. https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/highlights/highlights_en.pdf

editoriales, etc. Averigüe si tienen políticas sobre igualdad de género y diversidad de contenido. ¿Cómo deciden qué información mantienen, priorizan, promueven y publican? ¿Tienen un enfoque específico en la igualdad de género como Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS 5)?

- Las representaciones típicas del "otro" en el contenido a menudo caen en categorías particulares, incluyendo lo sexualizado, lo exótico, lo peligroso, lo humorístico y lo lamentable. ¿Qué tan comunes son estas representaciones hoy en día? ¿Hay otras categorías que aparecen en el contenido que no están enumeradas aquí? ¿Estas representaciones están asociadas con grupos de género particulares, incluidos mujeres, hombres y LGBTQI+?
- ¿Cómo se construyen estos retratos? ¿Cuáles son los elementos técnicos que se han elegido? ¿De qué forma refuerzan el contenido?
- ¿Cuál es el mensaje que se transmite a través de estas representaciones? ¿Quién se beneficia si se acepta el mensaje? ¿Quién pierde?
- ¿Qué tan fácil es encontrar ejemplos de medios convencionales o alternativos que rompan o vayan en contra de un estereotipo y proporcionen retratos más complejos de un individuo o un grupo? Busque la igualdad de género, los grupos minoritarios y otros temas de interés para usted. ¿Qué es lo que encuentra?
- ¿Hasta qué punto hay una variedad de voces presentes en el contenido que usa o crea? ¿Por qué podría ser este el caso? ¿Qué impacto tienen las voces que están presentes en audiencias particulares? ¿Cuál es el impacto de la ausencia de ciertas voces?
- ¿Qué factores tiene en cuenta al decidir cómo "representarse" a sí mismo en línea o en sus propios medios y creaciones de contenido digital? ¿Cómo se determina qué factores son importantes?
- Describa las características de una plataforma de medios que incorpore los principios de diversidad, equidad, inclusión y representaciones justas de nuestra aldea global. ¿Cuáles son los posibles usos y efectos de dicha plataforma?

Recomendaciones de evaluación

- Ensayos, trabajos de reflexión y reacción a conferencias, estudios de caso y presentaciones/visualizaciones audiovisuales.
- Participación en actividades y discusiones de aprendizaje en grupo.
- Producción de materiales de información, educación y comunicación (p. ej., afiches, folletos, infografías, tarjetas de redes sociales, vlogs).
- Análisis textual de los proveedores de contenido en busca de ejemplos de representación.
- Desarrollo de un modelo, tabla o instrumento de evaluación para determinar quién es la audiencia para representaciones específicas de medios.
- Realización de un 'collage' de mensajes mediáticos junto con un mapa de palabras, o Wordle, que describa las representaciones dominantes de los medios hoy, así como las principales influencias en las audiencias.
- Desarrollo de un esquema para un proveedor de contenidos que incorpore los principios de diversidad, equidad, inclusión y representaciones justas de nuestra aldea global. El plan también puede describir los posibles usos y efectos de dicha plataforma.

Unidad 2: Informes de noticias y el poder de las imágenes

DURACIÓN: 3 HORAS

Temas claves

- Estudio de caso: informe de noticias y el poder de lo visual.
- Representación de desastres.
- Representación de género.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad educadores y estudiantes podrán:

- Analizar las representaciones en el cubrimiento de noticias de eventos particulares.
- Examinar un reporte de noticias que ofrezca representaciones alternativas a aquellos que se encuentren en medios convencionales.
- Evaluar el impacto de las presentaciones en la audiencia y en el sujeto que está siendo presentado.
- Analizar las representaciones de género en los medios y plataformas digitales y otros sistemas de información.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Algunos críticos de los medios han expresado su preocupación sobre cómo se presentan en los medios ciertos eventos, en especial los desastres.
 - Examine la cobertura de los medios de los eventos diarios y temas, y evalúe hasta qué punto estas preocupaciones son válidas.
 - Discuta las reacciones a las imágenes de las personas que han sido afectadas por una tragedia o un desastre. Investigue y reflexione sobre las estrategias que utilizan los periodistas que trabajan en los medios alternativos para demostrar el impacto emocional de los eventos y a la vez mantener la privacidad y la dignidad de las personas.
- Investigue y analice la cobertura informativa de un acontecimiento importante como una catástrofe natural o provocada por el hombre. Este estudio de caso debería enfocarse en las imágenes de la cobertura de noticias y las representaciones de las personas y los temas que se vinculan con estos eventos. Los educadores pueden hacer una búsqueda en Internet para localizar imágenes que aparecieron en la cobertura de los medios tradicionales o redes sociales de estos eventos. Se pueden utilizar las siguientes preguntas para analizar la cobertura y las imágenes en detalle:

- Describa lo que se presentó en la cobertura de sitios de noticias en línea, televisión y periódicos. Identifique las imágenes que se utilizaron más a menudo. Examine cómo se construyeron estas representaciones, considerando el uso de los ángulos de la cámara, la composición de la fotografía, tipos de fotos, quién o qué se ve en el metraje/fotografía y quién o qué está excluido.
- ¿Qué mensaje se transmite a través del uso de estas imágenes? ¿Qué historia cuentan las imágenes? Evalúe el potencial que estas imágenes puedan tener para que se conviertan en íconos. ¿Qué impacto podrían tener estas imágenes sobre las audiencias? Considere el efecto de las imágenes sobre el entendimiento de los espectadores del tema, o su relación con el mismo.
- Debata si la información sobre un evento que no exista en imágenes puede ser recordada o no. Explore el poder de las imágenes para ‘eliminar’ otra información que no está contenida en una forma visual. ¿Cuáles son las implicaciones para una ciudadanía informada?

Equidad de género y empoderamiento de las mujeres

Cada vez, los temas de género se vuelven más importantes en la agenda de desarrollo de las agencias de desarrollo internacional (tales como la ONU), los sistemas de gobierno nacional y regional, así como en las organizaciones de la sociedad civil. El quinto Objetivo de Desarrollo Sostenible tiene por objeto “lograr la igualdad entre los géneros y el empoderamiento de todas las mujeres y las niñas” e incluye nueve metas, que abarcan diversas cuestiones que afectan a las mujeres y las niñas⁶⁵. Ya en 1995, la Declaración de Beijing y la Plataforma de Acción, adoptada en la Cuarta Conferencia Mundial de Mujeres de Naciones Unidas, destacó el rol central de los medios para promover la equidad de género en todas las esferas. Se convoca a todos los actores a que unan sus fuerzas para combatir el “estereotipo de las mujeres y la inequidad del acceso y participación a todos los sistemas de comunicación, especialmente en los medios”. La Asamblea General de las Naciones Unidas creó ONU Mujeres en julio de 2010. Esta es la entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres, con el fin de abordar estos desafíos. Los Estados miembros de las Naciones Unidas enviaron un mensaje mundial muy firme al dar este paso histórico. El mensaje es que los objetivos de la organización sobre la igualdad entre los géneros y el empoderamiento de la mujer deben acelerarse internamente y dentro de los Estados miembros de la Organización⁶⁶. La UNESCO, por su parte, reconoce la prioridad de la igualdad de género en toda su labor (junto con Priority África).

- Hay una clara necesidad de enfatizar el papel de los proveedores de contenido como los medios, las empresas de comunicación digital, las bibliotecas, los archivos y los museos para lograr los objetivos de la Declaración de Beijing, los ODS y ONU Mujeres. En una discusión en clase pregunte sobre: ¿Cómo pueden los proveedores de contenido evaluar eficazmente su respuesta sensible ante el género, y cómo a su vez, la sociedad civil puede evaluar esta respuesta? ¿Quién dirige las instituciones que proporcionan contenido? ¿Por qué los proveedores de contenido deberían ser operados de manera inclusiva respecto al género? ¿Cómo pueden los proveedores de contenido abordar y afrontar las representaciones que retratan a las mujeres, los hombres y los grupos minoritarios de manera estereotipada? ¿Los proveedores de contenido son solo transmisores de significado relacionado

65. Sustainable Development Goals. Goal 5: Achieve gender equality and empower all women and girls. <https://sdgs.un.org/goals/goal5>.

66. UN Women. <https://www.unwomen.org/en>

con la desigualdad de género o son socios para que la Declaración de Beijing y otros objetivos mencionados anteriormente se vuelvan operativos, posibilitando la creación de información y conocimiento y multiplicando sus resultados? ¿Si en realidad son asociados, cómo pueden estos proveedores desempeñar este papel de una manera eficaz?

Durante muchos años las partes interesadas de todo el mundo se han centrado en el desarrollo de los medios de comunicación y la expansión de las plataformas digitales para abordar las cuestiones relacionadas con la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres, pero los avances son muy lentos. AMI puede promover un comportamiento sensible al género. A través de AMI, las audiencias (lectores, espectadores, oyentes y creadores de contenido) están equipadas con las competencias necesarias (conocimiento, destrezas y actitudes) para evaluar los desempeños sensibles al género del ecosistema de contenido y para participar en ellos.

- Pida a los educadores que realicen una pequeña encuesta para responder a algunas de las siguientes preguntas: ¿Las organizaciones de medios de comunicación promueven la AMI en su país? ¿De qué forma lo están haciendo? ¿Qué evidencia existe para indicar que lo están haciendo? Si es posible, cite algunos ejemplos. ¿De qué manera puede la AMI ayudar a abordar los estereotipos de género y contribuir a la igualdad de género? ¿Qué programas de desarrollo local que estén relacionados con temas de género existen en sus países y comunidades? ¿Cuáles son algunos de los retos de implementación de estos programas? ¿Hasta qué punto los diferentes grupos de género –mujeres, hombres y minorías de género (LGBTQI+)– son consultados y representados? ¿En qué sentido se les representa? ¿Hasta qué punto los diversos proveedores de contenido están involucrados en estos proyectos? ¿De qué forma creativa cree usted que se pueda utilizar AMI para incluir temas de género en los medios e información y mejorar la representación de las mujeres? A través de estas y otras preguntas, investigue experiencias, buenas prácticas y haga recomendaciones para considerar la equidad de género y la Alfabetización Mediática e Informacional. ¿Cuáles son sus puntos de vista personales sobre la equidad de género? ¿Cómo podrían influir sus propios puntos de vista y su experiencia en su apreciación de las representaciones de género en los medios y otros proveedores de información?

Hay dos perspectivas principales con relación a las mujeres y los proveedores de contenido tales como los medios, las empresas de comunicación digital, las bibliotecas, los archivos y los museos. Una, en relación con la situación de las mujeres que trabajan en estas instituciones y la otra, sobre la cobertura o la imagen de las mujeres, las niñas y otros grupos de género en el contenido.

- Tenga en cuenta algunos de los descubrimientos en el Proyecto de Monitoreo Global de los Medios 2015 y el Informe Global sobre el Estatus de las Mujeres en la Sala de Prensa (ver la lista de recursos al final de esta unidad) o cualquier otra investigación relacionada con las mujeres y los proveedores de contenido. Debata cualquiera de las combinaciones de estas preguntas: ¿Cuáles son las implicaciones individuales y colectivas de estos descubrimientos? ¿Qué tipos de imágenes de mujeres prevalecen? ¿Qué factores sociales, económicos, culturales y políticos podrían ser la motivación que hay detrás de estas imágenes? ¿Debería ser esto una causa de preocupación? ¿Debería su gobierno tomar acciones para abordar estas imágenes negativas? Si es así, describa. ¿Qué debería hacer la sociedad civil para abordar estos temas? ¿Cree usted que es mejor que proveedores de contenido

tomen acciones autoregulándose en lugar de imposiciones de los gobiernos u otras entidades externas? ¿Existe la necesidad de tener alguna forma de regulación gubernamental? Explíquelo. Hay casos de problemas de contenido en los que las regulaciones gubernamentales y la supervisión externa son necesarias. ¿Cuáles son algunos de estos casos? ¿Debería ser diferente para los proveedores de contenido financiados con fondos públicos que para los privados? ¿Cree usted que los proveedores de contenidos financiados con fondos públicos, incluyendo los medios, tienen una obligación en particular para garantizar la equidad de género y el empoderamiento de las mujeres? ¿Le ha empoderado AMI para que usted tome acciones hacia la equidad de género? ¿De qué forma? ¿Cuáles son sus puntos de vista personales sobre la equidad de género? ¿Cree que si un mayor número de mujeres trabajara en los proveedores de contenidos, incluidos los medios de comunicación, las empresas de comunicación digital, las bibliotecas, los archivos y los museos, cambiaría la imagen de las mujeres con respecto a los hombres? ¿Por qué cree esto? ¿Qué es lo que dicen las investigaciones sobre esto?

La misoginia, el acoso en línea y el hostigamiento de mujeres periodistas están en aumento. Considere los hallazgos de 2018 de la encuesta global de la Federación Internacional de Periodistas⁶⁷:

- Los hallazgos muestran que el 64% de las mujeres encuestadas han experimentado abuso en línea.
- El acoso en línea adopta varias formas, incluidas amenazas de muerte o violación, insultos, devaluación del trabajo, comentarios sexistas, envío de imágenes obscenas, ciberacoso, ciberacecho y suplantación de cuenta.
- Entre las que sufrieron acoso en línea, el 47% de las mujeres dijeron que no denunciaron el abuso y cuando lo hicieron fue principalmente a la gerencia del medio (40%).
- Otro resultado preocupante es que la mayoría de los encuestados abusados dijeron que estos ataques habían tenido efectos psicológicos como ansiedad o estrés (63%), mientras que el 38% admitió autocensura y el 8% perdió su trabajo.

Ahora compárelos con los hallazgos de 2020 de la Encuesta Mundial de la UNESCO sobre la Violencia en Línea contra las Mujeres Periodistas⁶⁸:

- El 73% de las mujeres periodistas que respondieron a la encuesta habían experimentado violencia en línea en el transcurso de su trabajo.
- El 25% había recibido amenazas de violencia física.
- El 18% había sido amenazado con violencia sexual.
- El 20% informó haber sido atacada fuera de línea en relación con la violencia en línea que había experimentado.
- ¿Qué similitudes y diferencias se observan en los datos? ¿Cuáles creen los estudiantes que son algunas de las causas de este aumento de la hostilidad hacia las mujeres periodistas? Investigue las recomendaciones en ambas encuestas y guíe a los estudiantes para crear carteles o guiones gráficos sobre cómo estas

67. <https://www.ifj.org/media-centre/reports/detail/ifj-survey-one-in-two-women-journalists-suffer-gender-based-violence-at-work/category/press-releases.html>

68. Posetti, J., Aboulez, N., Bontcheva, K., Harrison, J., & Waisbord, S. (2020). Online violence Against Women Journalists: A Global Snapshot of Incidence and Impacts. United Nations Educational, Scientific and Culture organization. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375136>

recomendaciones podrían implementarse, por quién y con qué mecanismo de monitoreo. Invite a los estudiantes a investigar la metodología utilizada para llevar a cabo ambos estudios. ¿Están satisfechos con el rigor empleado para conducir a la confiabilidad y la validez? Busque el significado de estos términos y vea más sobre la investigación académica en el Módulo 3. Hable sobre las limitaciones de ambas encuestas globales.

- “Abordar la violencia de género significa tratar un tema que preocupa a la humanidad. Reflexionar sobre las representaciones sesgadas, los estereotipos, los prejuicios y la violencia contra las niñas y las mujeres, significa realizar cambios para que, por fin, esta violencia sea cubierta por los medios de manera que refleje plenamente las preocupaciones de nuestras sociedades [...]. Los periodistas pueden ayudar a romper el silencio y sacar este tema de la esfera privada, donde todavía queda relegado con demasiada frecuencia.”⁶⁹
- Los educadores deben guiar la discusión con los estudiantes sobre la declaración anterior. Consulte las estadísticas sobre mujeres que han sufrido violencia física y sexual, niñas desaparecidas debido a la selección prenatal del sexo, que han sufrido mutación genital femenina – en la página 8 en el recurso de la UNESCO, *Informar sobre la Violencia contra las Mujeres y las Niñas: un Manual para Periodistas*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371524>. Los estudiantes deberían investigar y explorar las siguientes preguntas. ¿Están informando sus medios locales sobre la violencia contra las mujeres? ¿Tienen sus medios de comunicación locales políticas internas para informar sobre la violencia contra las mujeres? ¿Pueden estudiantes o educadores ponerse en contacto con sus medios de comunicación locales para averiguarlo? ¿Qué acciones pueden tomar educadores y estudiantes en relación con las empresas de comunicación digital?
- Guíe a los estudiantes a aplicar sus competencias AMI en la investigación del proceso. Deberían compartir sus hallazgos con otras personas en sus comunidades, incluso en línea. Consulte también el siguiente recurso para obtener más información sobre la política y el contenido de los medios, *Establecimiento de la Agenda de Género para la Política de Comunicación: Nuevas propuestas de la Alianza Global sobre Medios y Género*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368962.locale=en>

El educador debe considerar el desarrollo de actividades similares, como las mencionadas anteriormente relacionadas con el género, para grupos marginados como las personas con discapacidad, los pueblos indígenas, los grupos étnicos minoritarios y los pobres de las ciudades o las comunidades rurales, etc. El objetivo es explorar la representación de estos grupos en los medios de comunicación para poder comprender cómo se han creado estas representaciones y para quién, cuestionar los beneficios y si estas representaciones son aceptadas y quién se encuentra en situación de desventaja como resultado.

Recomendaciones de evaluación

- Análisis y evaluación de imágenes visuales en el reportaje de noticias, incluyendo componentes técnicos/de diseño.

69. Impe, A.M. (2019). Reporting on Violence against Women and Girls: A Handbook for Journalists. Lourenco, M. (Ed.). <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371524>. UNESCO.

- Investigue otros estudios e informes recientes sobre el tema y diseñe una campaña de redes sociales sobre ellos. Asegúrese de articular cómo medirá el impacto de su campaña.
- Identificación y evaluación de los procedimientos de reportaje que mejor contribuyen al desarrollo de una ciudadanía informada.
- Evaluación del impacto de visuales en la audiencia.

Unidad 3: Códigos institucionales sobre la diversidad y la representación

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Códigos y ética para proveedores de contenido como medios, empresas de comunicación digital, bibliotecas, archivos y museos.
- Aplicación de los códigos a diversas evaluaciones mediáticas de los códigos y regulaciones.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad los educadores podrán:

- Examinar la diversidad y los códigos de ética en diversas instituciones de contenido.
- Aplicar los códigos y la ética a una variedad de imágenes y textos mediáticos; evaluar los textos en línea y fuera de línea en función de los códigos y la ética establecidos.
- Evaluar los propósitos y la eficacia de estos códigos.
- Recomendar sugerencias/cambios a códigos y ética para diversos proveedores de contenido.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

La necesidad de evitar las regulaciones de estado sobre los medios ha llevado a que las industrias mediáticas en varias regiones desarrollen voluntariamente códigos de diversidad, orientados a asegurar que estas industrias demuestren un compromiso con el contenido y las iniciativas que son inclusivas y diversas. Muchas industrias también siguen un código de ética que prohíbe el uso de material abusivo o discriminatorio basado en la raza, la etnia, la edad, el género, la habilidad física o el estatus marital. Algunas empresas de comunicaciones digitales

tienen estándares comunitarios, aunque a menudo se las critica por no gastar lo suficiente para hacerlos cumplir. Las bibliotecas y los museos tienen cada vez más políticas relativas a la inclusión y la igualdad, así como cuestiones de apropiación y representación cultural.

- Investigue los códigos de práctica/lineamientos éticos que existen en su región. Podrían estar relacionados con los medios, las empresas de comunicación digital, las bibliotecas, los archivos y los museos. Identifique quién es responsable de crear estos códigos de práctica. Haga un resumen de las principales áreas que se incluyen y explique su propósito. ¿De qué forma apoyan los intereses de la ciudadanía y consumidores? ¿Qué efecto pueden tener estas regulaciones sobre las instituciones involucradas?
- Aplicar el código de práctica a las representaciones en la información, la elaboración de contenidos y las difusiones del ejercicio anterior. Evalúe hasta qué punto se cumplen las regulaciones. Asegúrese de tener en cuenta en su evaluación tanto el texto como el contexto. Dé ejemplos específicos de la cobertura que sustenten su respuesta. Si existen casos en los cuales el contenido viola estas regulaciones, ¿qué recurso tienen disponible los individuos?
- Examinar otras áreas de los distintos proveedores de contenidos que están cubiertas por estos códigos (p. ej., la representación de género, incluidos los estereotipos y la sexualización en la publicidad). Evalúe hasta qué punto se cumplen las regulaciones. Detalle la retroalimentación que usted daría a las instituciones y/o los productores de estos textos.

Recomendaciones de evaluación

- Resumen de las áreas clave de códigos de diversidad/aplicación ética de estos códigos por varios proveedores de contenido como medios, empresas de comunicación digital, bibliotecas, archivos y museos. Diseñe una campaña de redes sociales o de la comunidad fuera de línea sobre ellos. Asegúrese de articular cómo medirá el impacto de su campaña.
- Recomendaciones de cambios/adiciones a los códigos/ética.

Unidad 4: Televisión, cine y publicaciones impresas

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Largometrajes y representación.
- Representación en publicaciones impresas.
- La industria cinematográfica y televisiva, la comunidad y las historias indígenas.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad los educadores podrán:

- Examinar el éxito de los programas actuales de televisión y de las películas destacadas.
- Evaluar las representaciones de las películas, la televisión e impresos, incluyendo libros.
- Desarrollar un tratamiento para películas y/o televisión.
- Examinar la parrilla de los programas de televisión en un horario estelar.
- Analizar la representación de género en la publicidad.
- Analizar las estrategias técnicas en las representaciones.
- Examinar historias alternativas de indígenas en la televisión y en las películas.

Las películas entre otras formas de contenido

Las películas son uno de los medios más poderosos en los últimos cien años, que convocan a masas en todo el mundo. En los años recientes, la televisión y los audiovisuales en línea han llegado a un gran número de personas en muchos lugares del mundo. Al mismo tiempo, los libros continúan siendo una fuente importante de ideas e información, tanto en línea como fuera de ella. Todos pueden jugar un papel significativo para dar forma a cómo la sociedad se comprende a sí misma al contar relatos y promover versiones particulares de la historia nacional. Una parte importante de la Alfabetización Mediática e Informativa (AMI) es entender cómo estos dan forma a nuestro sentido del mundo en el que vivimos.

Enfoques pedagógicos y actividades

En resumen, como se discutió anteriormente en este Currículum (Parte 1), son posibles diversos enfoques pedagógicos. Revise la lista en la Parte 1 y decida qué enfoque aplicar a las actividades sugeridas a continuación y a otras que pueda formular.

- Utilice el Internet para investigar el éxito de una película reciente. Haga una lista de cinco películas que tienen éxito de taquilla local o internacional. Si es posible vea los cortos en línea de cada una de estas películas o seleccione una película y véala completamente. Describa quién o qué se representa como parte central de la historia. Explique por qué cree que esta representación pueda gustar a las audiencias.
- Pida a los educadores que identifiquen las diversas versiones de la representación de eventos históricos. Por ejemplo, libros publicados durante y sobre ese período; películas creadas en varios géneros; ilustraciones o fotografías y cualquier otro formato visual como fotos o videos musicales. Visite un museo o un archivo (si existe uno de estos en su región sobre el tema) y con basado en ello, recopile el material para preparar un ensayo sobre sus observaciones.
- Escoja cualquier libro o artículo escrito sobre su país. Puede ser también acerca de su comunidad, su cultura, o un evento específico. Identifique cómo se representan los diversos aspectos del tema seleccionado. ¿Está de acuerdo con estas representaciones? ¿Por qué sí o por qué no? Discuta sobre esto.

- Obtenga una colección de comerciales audiovisuales de Internet o de la televisión en su país. Trate de cerciorarse que estos comerciales representen tanto a hombres como a mujeres. En pequeños grupos, discuta cómo las mujeres están representadas en los anuncios con relación a los hombres. Anote algunas de sus observaciones. Discuta sobre sus posibles implicaciones. Pueden existir representaciones que sean vistas de diferente manera por unos de los miembros del grupo. ¿Por qué cree que esto sucede?
- Una fórmula popular de película se enfoca en el mito arquetípico del "viaje del héroe". Los mitos representan sistemas de creencias implícitos que expresan los miedos, los deseos y las aspiraciones de una cultura. En estas historias, el héroe (usualmente un hombre), desconocedor de su destino, es llamado a realizar una importante búsqueda. Usualmente el héroe atraviesa por una serie de etapas como parte de esta búsqueda, incluyendo su "nacimiento" o inicios, llega a ser consciente de su "llamado" o destino, experimenta el romance, se enfrenta a sus adversarios, recibe consejos de un anciano sabio y finalmente regresa a casa.
 - Cree una lista de películas que se basen en esta fórmula. Haga un recuento de su atractivo. Describa al héroe, explique hasta qué punto representa los deseos y los valores del individuo en la sociedad.
 - Describa el trabajo de las cámaras, así como el uso de la música y el sonido. Evalúe como estos elementos técnicos refuerzan la representación central de la historia, es decir, la impresión creada por el villano o el héroe romántico. Explique cómo el significado de algunas escenas específicas en la película cambiaría, si, por ejemplo, la banda sonora fuese distinta.
- Visite los sitios de la web de los medios convencionales, indígenas o comunitarios que representan alternativas a los éxitos de taquilla. Revise la selección de las historias que se cuentan a través de estas compañías y organizaciones. Compare estas historias con aquellas que se producen en los principales estudios cinematográficos. Evalúe el valor de estas organizaciones "independientes" al dar representación o voz a historias alternativas e indígenas.
- Debata acerca de la responsabilidad de las industrias del cine y de la televisión

"Nuestra meta es tener una variedad de perspectivas representadas en las películas y en la televisión. El aumentar los puntos de vista que están disponibles en la pantalla no le quita nada a nadie: es más, esto lleva a tener una programación más amplia y mejor, nuevos puntos de vista en la pantalla".

- Joan Pennefather, primera mujer presidenta de la National Film Board de Canadá, en Maclean's, (29 de marzo de 1993)

hacia sus espectadores y su relación con el progreso humano. ¿Por qué los espectadores deberían ser capaces de verse a sí mismos y a sus historias en la pantalla? Hable sobre las implicaciones de las historias principales y sus representaciones para varias audiencias. Explore cómo los canales especializados, varios sitios de Internet, blogs y nuevas tecnologías están influyendo en el arte de contar historias y ofreciendo representaciones alternativas para las audiencias.

Recomendaciones de evaluación

- Análisis de los ejemplos actuales de programas de televisión y películas exitosas.
- Evaluación del impacto de las estrategias técnicas y de forma sobre el contenido y representaciones.
- Examen y evaluación de las organizaciones de filmación nacionales y las compañías de producción independiente para ofrecer historias alternativas, indígenas u originarias.

Unidad 5: Videos musicales y su representación

DURACIÓN: 2 HORAS

Temas claves

- Análisis de videos musicales y su representación.
- Música y cambio social.

Objetivos de aprendizaje

Después de completar esta unidad los educadores podrán:

- Desarrollar un guion gráfico y el tratamiento para un video musical.
- Analizar un video musical, poniendo énfasis en las representaciones de género, raza y sexualidad.
- Examinar la representación en música "alternativa".
- Comparar las representaciones de medios alternativos con los medios convencionales.

Enfoques pedagógicos y actividades

- La música juega un papel vital en la sociedad humana. Generalmente se ve a la música como una forma de entretenimiento, pero también juega un papel importante en muchas prácticas religiosas y culturales, y a menudo se la utiliza en los movimientos políticos. El entender cómo la música puede afectar a las audiencias es un componente importante de AMI.
- Utilizando Internet, examine los videos de los principales artistas de hoy en su país y en el extranjero. Analice los mensajes y los valores de los videos musicales de su elección (dependiendo de la disponibilidad de las letras de las canciones, así como de los videos de las canciones). El análisis debe incluir:
 - Examen del contenido de las letras, incluyendo una descripción de las formas en las cuales las imágenes del video se relacionan con las letras y la melodía de la canción, y cuál es la interpretación que el profesor da a las letras.

- Examen de los componentes técnicos del video, considerando el uso del color, la iluminación, la edición (ritmo, yuxtaposición, cortar sobre el compás) los efectos especiales, la conexión entre el audio y los componentes del video.
- Examen de los temas sociales que se tratan en el video, teniendo en cuenta cómo aquellos mensajes pueden cambiar si personas de diferentes clases sociales o razas se incluyen, o si los personajes masculinos y femeninos cambian de papeles.
- Interpretación de los mensajes ideológicos y valores que se presentan en el video utilizando las siguientes preguntas como guía:
 - ¿Presenta el video las creencias de un grupo en particular?
 - Describa las representaciones de hombres y mujeres en el video. ¿Se usa alguna clase de estereotipo? ¿Si es así, con qué propósito?
 - ¿Quién está en una posición de poder? ¿Quién no? ¿Quién se beneficia como resultado?
 - ¿El video excluye a algún grupo de personas o a sus creencias?
 - ¿Qué definiciones de felicidad, éxito o moralidad están implícitas?
- Determine cuál es el público objetivo. Evalúe hasta qué punto el video puede tener algún interés más allá de esta audiencia.
- Evalúe el poder de la cultura popular y de la música como herramientas para un cambio transformacional. ¿Hasta qué punto los músicos y los artistas tienen un papel para emitir comentarios políticos y sociales y promover la justicia social? Miren el trabajo realizado por la organización Freemuse, que tiene su base en Dinamarca, la cual apoya a los músicos que han estado involucrados en causas políticas y sociales. ¿Qué temas o eventos han sido representados en su música? ¿Cuál es el propósito?
- Elija la letra de una canción y prepare un guion gráfico para un video musical que transmitirá el mensaje de la letra. Seleccione con cuidado las imágenes que van a representar a la letra. Identifique y seleccione los elementos técnicos que podrían mejorar esta representación.
- Si ya existe un video de esta canción, compare el guion gráfico con el video que se ha producido, anotando las diferencias y similitudes en las imágenes y técnicas.
- Visite el sitio de Internet de una organización como MediaWatch (www.mediawatch.org), que participa en contra del "racismo, sexismo y violencia en los medios a través de la educación y la acción". Investigue los objetivos y las campañas de esta organización y otras similares.

Recomendaciones de evaluación

- Análisis y evaluación de los ejemplos actuales de videos musicales basados en representaciones, elementos técnicos, ideología y mensajes de valor.
- Desarrollo de guion(es) gráfico(s) de acuerdo con la letra de una canción de su elección.

Recursos para este módulo

Algunos recursos puede que no sean apropiados, así que los capacitadores deberán desarrollar o investigar sus propios recursos que se centren de manera preferente en su propia región.

BIRTH, los archivos históricos de la televisión europea. <http://www.birth-of-tv.org/birth>
Cynopsis, noticias diarias gratuitas orientadas a la industria de la televisión. Se dispone de varias ediciones. www.cynopsis.com

Box office Guru: figuras estadounidenses e internacionales de la taquilla, tanto del pasado como del presente se encuentran enumeradas aquí: <http://boxofficeguru.com>

Cuarta Conferencia Mundial sobre las Mujeres de ONU, Declaración de Beijing y Plataforma de Acción. (1995). <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/>

International Federation of Journalists. (2009). *Getting the balance right: gender*.

International women' s Media foundation. (2011). Global Report on Status of Women in the News Media. <http://www.iwmf.org/pdfs/IWMF-Global-Report.pdf>

Masterman, L. (2010). Voices of Media Literacy with Len Masterman/Interviewer: Dee Morgenthaler. Center for Media Literacy. <http://www.medialit.org/reading-room/voices-media-literacy-international-pio-neers-speak-len-mastermaninterview-transcript>.

Reconstrucciones. Un sitio lanzado por los miembros de la comunidad de Medios Comparativos de MIT después de los sucesos que siguieron al 11 de septiembre de 2001. <http://web.mit.edu/cms/reconstructions>

Sidahmed, A. (2012). The Plight of Female Journalists [online] Doha Center for Media Freedom. <http://www.dc4mf.org/en/content/plight-female-journalists>

Talentos ocultos. (2016). https://www.imdb.com/title/tt4846340/?ref=nr_sr_srsrg_0

The Internet Movie Data Base, el sitio más completo para investigar sobre películas y televisión. Hay una gran cantidad de información sobre títulos individuales, críticas, chats, actores, directores, géneros. www.imdb.com

World Association of Christian Communication. (2010). ¿Quién hace las noticias? Proyecto Global de Monitoreo de Medios. www.whomakesthe-news.org

