

**COMUNICACIÓN, PERIODISMO
Y GÉNERO. UNA MIRADA
DESDE IBEROAMÉRICA**

Coordinadores:
Martín Oller Alonso
M^a Cruz Tornay Márquez

Prólogo:
María del Mar Ramírez Alvarado



Comunicación, Periodismo y Género. Una mirada desde Iberoamérica

Coordinadores

Martín Oller Alonso
M^a Cruz Tornay Márquez

Autores

Ximena Cabrera
Adolfo Carratalá
Palmira Chavero Ramírez
Virginia Guarinos Galán
Eva Navarro Martínez
Trinidad Núñez Domínguez
Anselmo Ramos Ruiz
Cláudia Regina Lahni
Magdalena Trillo Domínguez
Inmaculada Sánchez-Labela Martín
Sonia Virgínia Moreira
Anna Zapsi



Comunicación, Periodismo y Género. Una mirada desde Iberoamérica

Edita: Ediciones Egregius
www.egregius.es

Coordinadores:

- Martín Oller Alonso
- M^ª Cruz Tornay Márquez

Autores:

- Ximena Cabrera
- Adolfo Carratalá
- Palmira Chavero Ramírez
- Virginia Guarinos Galán
- Eva Navarro Martínez
- Trinidad Núñez Domínguez
- Anselmo Ramos Ruiz
- Cláudia Regina Lahni
- Magdalena Trillo Domínguez
- Inmaculada Sánchez-Labela Martín
- Sonia Virgínia Moreira
- Anna Zaptsi

Maquetación y diseño: Francisco Anaya Benitez

ISBN - 978-84-945243-5-6

NOTA EDITORIAL: Las opiniones y contenidos de los resúmenes publicados en el libro, son de responsabilidad exclusiva de los autores; asimismo, éstos se responsabilizarán de obtener el permiso correspondiente para incluir material publicado en otro lugar.

ÍNDICE

Prólogo. María del Mar Ramírez Alvarado	5
Introducción. Martín Oller Alonso y M ^a Cruz Tornay Márquez	9
CAPÍTULO I. Martín Oller Alonso, Palmira Chavero Ramírez Ecuador, colectivo LGTBI y medios de comunicación	17
CAPÍTULO II. M ^a Cruz Tornay Márquez y Martín Oller Alonso Comunicación, decolonialidad y género: representación de la subalternidad desde una perspectiva feminista decolonial	77
CAPÍTULO III. Eva Navarro Martínez La educación mediática con perspectiva de género	99
CAPÍTULO IV. Anselmo Ramos Ruiz Un nuevo discurso mediático para un periodismo renovado contra la violencia de género	129
CAPÍTULO V. Adolfo Carratalá Violencia intragénero y violencia machista: ¿diferentes coberturas periodísticas para distintas realidades?	148
CAPÍTULO VI. Magdalena Trillo Domínguez Granada Hoy, la conciliación en periodismo (también) debe ser posible	171
CAPÍTULO VII. Anna Zaptsi, Virginia Guarinos Galán y Trinidad Núñez Domínguez Las mujeres asesinas en las series televisivas: una perspectiva psicosocial	203
CAPÍTULO VIII. Ximena Cabrera Representación y reproducción en la publicidad televisiva de la abnegación y el altruismo de la mujer en el hogar	229
CAPÍTULO IX. Cláudia Regina Lahni y Sonia Virgínia Moreira Educación, Comunicación y Relaciones de Género: reflexiones por un medio de comunicación que contribuya a la igualdad en Brasil	251
CAPÍTULO X. Inmaculada Sánchez-Labela Martín ¿Cómo abordar la construcción de los personajes creados para la ficción? Una herramienta para analizar la construcción y representación desde una perspectiva de género	277

Prólogo

Durante el mes de marzo de 2016 la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla acogió en su sede el I Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento. Comunicar y desarrollo social. En paralelo se celebraron también las III Jornadas Doctorales “Investigar la Comunicación” del Doctorado Interuniversitario en Comunicación en el que participan la Universidad de Sevilla, la Universidad de Málaga, la Universidad de Huelva y la Universidad de Cádiz.

Este libro recoge las aportaciones del simposio número 12 “Comunicación, Periodismo y Género” presentadas en el marco de esta cita conjunta. La línea temática puesta en marcha permitió la exposición de trabajos que tenían como punto en común el estudio del género y los medios de comunicación. Aspecto fundamental, ya que los medios son agentes socializadores con una gran influencia en la construcción de las identidades de género.

Las investigaciones centradas en la representación de las mujeres en los medios de comunicación demuestran la reproducción de roles sexistas, además de una tendencia a la cosificación e hipersexualización que se evidencia de forma notable en la publicidad. Este tipo de representaciones tienen un papel fundamental en la construcción de significados y de imaginarios sociales, por tanto, en la justificación de las relaciones de dominación y exclusión de aquellas identidades que no se ajustan al mandato patriarcal.

Las normativas en la igualdad de género no han logrado acabar con las situaciones que vulneran los derechos de las mujeres, como la lacra de la violencia machista, o la discriminación en diversos ámbitos, como el laboral. En el momento actual asistimos a un repunte de la violencia y de otros hechos preocupantes, como el acoso a través de redes sociales o el desprestigio de los movimientos feministas. Por todo ello se hace necesaria una reflexión acerca del papel de los medios de comunicación como agentes educadores en el camino hacia la igualdad real, la inclusión y el respeto a las diversas formas de vida y la superación de las categorías binarias impuestas por el patriarcado y reproducidas en los medios de comunicación masivos.

Hace ya algunos años, concretamente en 1995, en el marco de la Conferencia Mundial sobre las Mujeres que tuvo lugar en Beijing, la Plataforma de Acción advirtió la necesidad de análisis del impacto que los medios de comunicación tienen en las políticas estatales, las actitudes personales y el comportamiento de niñas y niños y de jóvenes. De hecho, una de las doce esferas de especial preocupación tenía que ver, precisamente, con los medios de comunicación. En esta línea la Plataforma de Acción propuso como objetivos estratégicos a seguir, entre otros, la promoción de imágenes no estereotipadas de las mujeres y el aumento de la participación y acceso de las mujeres a puestos directivos en los medios de comunicación.

Hoy por hoy, después de más de veinte años de este documento marco, hay abundantes evidencias y datos que confirman estas necesidades. Aunque en España y en prácticamente toda Latinoamérica diversos estudios demuestran que hay más alumnas que alumnos egresando de las universidades en carreras asociadas a la comunicación (Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Audiovisual, Comunicación Social, entre otras), aún las mujeres tienen dificultad para acceder a puestos de alta dirección en los medios de comunicación.

De allí que sea importante conectar la academia con la investigación y con el ejercicio profesional en los distintos ámbitos que

confluyen en la presente publicación. En los capítulos de este libro se ensamblan los conceptos del género y los medios de comunicación con el desarrollo social, la situación de determinados colectivos tradicionalmente discriminados, la alfabetización mediática y la educomunicación, el ejercicio del periodismo en la sociedad de la información, las tendencias de investigación y educación en comunicación, el análisis del discurso mediático, entre otros.

Desde la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla siempre agradezco este tipo de publicaciones y, especialmente, la creación de estos espacios que permiten tender puentes entre universidades, establecer contactos entre investigadores y crear redes que fortalecen el mundo académico y favorecen la difusión de resultados. Esta iniciativa cumple con todo ello.

En especial me gustaría dar las gracias a la co/coordinadora de este volumen, M^a Cruz Tornay Márquez, en primer lugar, por su invitación a la redacción de este prólogo y, en segundo lugar, por ser una joven doctoranda de la Universidad de Sevilla con grandes inquietudes sociales y con un gran futuro como investigadora en comunicación.

Asimismo, quisiera reconocer el trabajo del Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación y del Laboratorio de Estudios en Comunicación (Ladecom), ambos de la Universidad de Sevilla, y al Grupo Comunicar de la Universidad de Huelva, así como a todas las entidades colaboradoras y personas que trabajaron en la organización del Congreso y, por supuesto, a los coordinadores y autores que participan en esta obra.

“Comunicracia”, el título que dio nombre al Congreso en el que se gestaron estos trabajos, encierra dos de las “palabras clave” que orientan las investigaciones en nuestro campo de conocimiento. Las democracias actuales han garantizado la igualdad constitucional, una libertad generalizada y, en este sentido, una atmósfera de igualdad cimentada en los valores de libertad y

equidad. Pero en el caso que nos atañe, lo cierto es que el perfeccionamiento del sistema democrático sigue siendo una de nuestras tareas pendientes. Y es mucho lo que desde el ámbito de la comunicación (medios de comunicación y academia) podemos y debemos hacer. Ahí radica la importancia adquirida por todas las dimensiones de trabajo desarrolladas en esta obra, capaz de conectar la comunicación con el desarrollo social.

María del Mar Ramírez Alvarado
Decana Facultad de Comunicación
Universidad de Sevilla