Entendiendo el Proyecto

Proyecto Zoom

Solange Nicole Robayo Oñate

Antecedentes

En Ecuador, hasta el año 1997, tener relaciones sexuales con personas del mismo sexo era ilegal. Esta actividad era sancionada con una pena de cuatro a ocho años en prisión. Por ende, en primera instancia, se puede pensar que Ecuador es un país nuevo en cuanto a las leyes que se refieren a la inclusión de las diversidades sexuales. Sin embargo, hay algunos temas en los que se ha avanzado. Por citar algunos ejemplos, con la constitución del 2008 se empezó a reconocer las uniones de hecho entre personas del mismo sexo, los ciudadanos pueden optar por cambiar la palabra “sexo” por “género” en la cédula de identidad, la Ley Orgánica de Comunicación sanciona a los medios que presenten contenido considerado discriminatorio basándose en la orientación sexual de las personas, y entre otros cambios de orden civil. Sin embargo, el tema referente a los medios aún sigue siendo una situación incompleta para ser considerada satisfactoria debido a la falta de participación de personas o personajes LGTBI en la programación nacional. Esto ha dado cabida a que las personas se organicen para reclamar un trato más justo en los medios de comunicación, junto a distintos sectores de la sociedad, ya sean estas universidades, empresa privada, e incluso con sectores institucionales.

Los grupos de observación ciudadana contra la discriminación de ciertos sectores de la sociedad se han multiplicado en los últimos años. La presencia de contenido ofensivo en los medios de comunicación ha dado cabida a que la ciudadanía reclame por contenido de calidad, en el que sea respetado los derechos de todas las personas. Por un lado, la participación ciudadana, mediante el monitoreo de los contenidos presentado en los medios de

comunicación, en conjunto con los gobiernos de cada país, quienes mediante leyes ha logrado mejorar la situación jurídica referente al tema, han sido importantes al momento de velar por un trato que no discrimine a los sujetos que conforman la sociedad.

En 1979, en la Asamblea de las Naciones Unidas, fue aprobada la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer. El acuerdo, tras conocer su décima ratificación, ha sido firmado y ratificado por 87 países. A partir de ello, se han ido construyendo espacios y observatorios ciudadanos desde los cuales han recogido información de cómo la publicidad, los medios de comunicación, y piezas audiovisuales en general representan a las mujeres. Esta observación se ha ido extendiendo a todos los grupos que han sido discriminados a lo largo de la historia, y que en la actualidad se sigue trabajando para una representación justa, sin caer en la ofensa.

En España, dentro del Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades, se creó el Observatorio de la Imagen de las mujeres en el año 1994. Esta organización se encarga de verificar que se de cumplimiento a los compromisos legales de representar una imagen equilibrada y no estereotipada de las mujeres en las publicidades y en los medios de comunicación. Como parte del proceso de trabajo, el Observatorio está a cargo de recolectar las quejas de los ciudadanos, analizar y clasificar el contenido detectado como ofensivo, tratar con los emisores de dicho mensaje discriminatorio con el fin de modificarlo o retirarlo, y otras actividades en las que consta la realización de actividades de formación y sensibilización sobre la influencia que tiene la

representación discriminatoria en los medios de comunicación.

Por otro lado, en Costa Rica también existe una organización con una función similar. Formado en el año 2016, el Observatorio de la Imagen de las Mujeres en la Publicidad es un proyecto del Centro de Investigación en Estudios de la Mujer de la Universidad de Costa Rica. El programa consta con el apoyo de la Comisión Costarricense de Cooperación con la UNESCO. El observatorio nace a partir de un estudio realizado por la investigadora Licda. Camila Ordóñez Laclé del CIEM, el cual trataba los temas de discriminación, violencia y sexismo en la publicidad de Costa Rica. El principal objetivo del observatorio es convertirse en una herramienta para promover una publicidad respetuosa de los derechos de las mujeres e igualdad de género en el país centroamericano. Algunas de las actividades que ha realizado el observatorio ha sido sugerir cambios en ciertos contenidos ofensivos, y hacer seguimiento de las quejas que han sido presentados por los ciudadanos.

Sin embargo, dentro de esta forma de participación ciudadana de observación de medios, también se han incluido aquellas que han defendido la representación no sesgada de la comunidad LGTBI. Una de ellas es la Alianza Gay y Lésbica contra la difamación (GLAAD por sus siglas en inglés) formada en 1985. Esta organización está dedicada a promover una representación más objetiva de la comunidad LGTBI por parte de los medios de comunicación masiva, para de esta manera contribuir a la eliminación de la homofobia basada en la orientación sexual. La GLAAD hace un control de los contenidos que son publicados en los medios referente a cómo son contadas las noticias

referente al tema LGTBI, o si algún periodista hace un comentario homofóbico, las personas encargadas de dicho observatorio ejecutan un plan de contingencia para resolver (en muchos casos) este contenido ofensivo. Cabe recalcar que la GLAAD no solo hace llamados de atención en el caso de contenido negativo, sino que también premia a los medios de comunicación que hacen una representación justa, inclusiva y favorable a la comunidad LGTBI.

A nivel nacional se destaca el Observatorio Ciudadano de la Comunicación. Con sede en Cuenca, esta organización viene trabajando desde el 2005 sobre la problemática de cómo las mujeres son representadas en las piezas audiovisuales bajo una perspectiva sexista, en donde las mujeres son vistas como meros objetos al servicio de los hombre. Desde dicho año ha realizado una recolección de piezas audiovisuales, tanto de radio y televisión, además de piezas gráficas (afiches), en donde la representación de la mujer deja de ser un sujeto y se convierte en meras cosas. Además presenta publicidades de corte machista en donde se reafirma la errónea idea de la figura femenina como sinónimo de debilidad y el hombre como un ser que está por encima de la mujer.

Con estos antecedentes mundiales, regionales y nacionales, aparece Zoom, una propuesta en donde se busca identificar y evidenciar la carencia de diversidad de representaciones en el audiovisual ecuatoriano. Esta iniciativa nace en el año 2012 en la Universidad Casa Grande de Guayaquil, y su principal reivindicación es la diversidad de géneros en los distintos espacios de

la sociedad, ya sea medios de comunicación, lugares de diálogos como charlas o foros. Zoom además se encarga de una veeduría de cómo los distintos programas de la televisión representan a los hombres, mujeres, y a la comunidad LGTBI en su respectiva programación.

La participación de la sociedad civil es cada vez mayor, generando espacios de observación y diálogo sobre los temas de inclusión a la comunidad LGTBI, y la reivindicación de la igualdad de género en la televisión. La importancia de estas acciones radica en generar una visión más abierta en la que se impliquen directamente los actores que participan en estos procesos de comunicación. El reto está en que los ciudadanos comunes logren desconfigurar ciertas ideas anacrónicas que se tiene sobre la mujer y la comunidad LGTBI, ideas que para el siglo XXI deberían desaparecer.

Contexto

La representación de cualquier comunidad de la sociedad en los medios de comunicación social masivos tienden a ser siempre tergiversadas, que nos llevan a construir ideas erróneas de los integrantes de ciertos grupos sociales. Esto se debe a que aún existen ciertos paradigmas que han sido impuestos desde hace muchos años, sin embargo para la época actual son pensamientos que deberían desaparecer en nombre de la inclusión, la igualdad, y el respeto por los derechos humanos. Hay diversas comunidades como las LGTBI, afroecuatorianos, y las que luchan por la igualdad de género, que tiene un constante reclamo por un trato respetuoso en los medios de comunicación, ya que los medios son quienes muchas veces construyen las

ideas que se tienen sobre ciertas realidades que no son próximas.

En la actualidad, la herramienta que regula este tipo de contenido ofensivo en Ecuador es la Ley Orgánica de Comunicación, la cual está vigente desde el 2013. Dicha herramienta legal ha contribuido de enorme manera a la construcción de mensajes menos sexistas y ofensivos. Todo esto gracias al artículo 61, el cual clasifica como contenido discriminatorio a “ todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social que connote distinción, exclusión o restricción basada en razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socioeconómica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos, o que incite a la realización de actos discriminatorios o hagan apología de la discriminación”. (Asamblea Nacional, 2013).

Como se puede observar, con la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación en el 2013, mucho contenido ofensivo o discriminatorio que se venía produciendo durante algunos años, obligatoriamente sería quitado de su programación. Y en caso de recurrir a esta falta, el medio recibiría sanciones que van desde las disculpas públicas a quien resulte ofendido por el contenido, hasta una multa económica. Como todo cambio en las leyes, pasaría un tiempo

para que los cambios se los normalice, y este caso no sería la excepción. Los medios de comunicación acostumbraron sus contenidos paulatinamente, sacando del aire algunos programas que , según la Ley Orgánica de Comunicación, sería calificado como ofensivo.

Proyecto Zoom

Zoom es un proyecto que nació en el 2012 y ha funcionado como un observatorio de medios que analiza los diferentes contenidos que produce la televisión ecuatoriana. Este observatorio tiene como objetivo identificar y mejorar las representaciones de género que existens en los diferentes medios nacionales.

En el 2013 se realizó una investigación cuantitativa, la cual consistía en analizar el contenido referente a la participación que tenían las mujeres y hombres en los diferentes programas de televisión. Se obtuvo como resultados que a pesar de que algunos canales contaban con una gran participación de mujeres, el tiempo, espacio y los roles que se le daba a los hombres eran mucho mayor y de mayor importancia. A las mujeres se las veía solo como sus acompañantes, con un rol que era totalmente secundario. A diferencia de los hombres, el tiempo en pantalla de las mujeres era mucho menor y los temas que trataban eran muy superficiales. También se demostró que la participación de las personas LGBTI era casi nula.

A diferencia del proyecto del año anterior, en el 2014 se realizó una investigación más cualitativa de la representación de género en la televisión.

En ese año se entrevistó a los personajes de pantalla para conocer sus opiniones sobre el tema, se intentó crear una app móvil pero al no lograr conseguir el presupuesto, diseñaron un DPS(Digital Publishing Suite) donde compartieron de forma más amigable los resultados obtenidos. La investigación se enfocó en analizar la creación de contenido y la construcción de personajes de las series de ficción que se presentan en los canales de televisión ecuatoriana. A través de esta investigación se observó que no existía una gran diversidad de roles, los temas eran muy repetitivos y los personajes eran contruidos en base a estereotipos muy exagerados, que resultaban una burla. Sin embargo, lo más preocupante de ese año fue observar cómo los la mayoría de actores trataban obviar el tema, hasta cierto punto de justificar esas representaciones exageradas debido a que supuestamente existen casos reales. También mostraron la evolución del aspecto físico con los que los hombres y mujeres son representados por los medios. Por un lado, las mujeres pasaron de ser identificadas como amas de casa sumisas, cuyas vestimentas eran sencillas, a ser mostradas como personajes con una alta carga sexual, con ropa ceñida al cuerpo. Por otro lado, los hombres eran mostrados como personas importantes y su ropa iba de acuerdo a las profesiones que cumplían. Se descubrió que en casi todos los tramas se podía encontrar rasgos de machismo que eran naturalizados y que intentaban pasar por desapercibido. La construcción de los personajes LGBTI era estereotipada, afeminada, sin mucha apego a la realidad, y además tenían muy poca presencia en los programas.

En el año 2015 regresan a la metodología de investigación cuantitativa. Se limitó la investigación a solo tres categorías de programas (Magazine, Reality

Show y Noticiero) y se enfocaron en analizar la participación de los personajes, el tiempo que aparecían en pantalla, su vestimenta y los planos que fueron usados para enfocarlos durante el programa. Los resultados de esta investigación fueron comparados con los obtenidos en el año 2013, y con ello se pudo observar que a pesar de que las mujeres aumentaron su aparición en cámara, aún eran representadas como cosas, que usan escasa ropa ceñida al cuerpo y a quienes solo le enfocan sus atributos físicos. También se dieron cuenta que la representación de los hombres varió, esto se debió a los realities, ya que los hombres también eran mostrados como objetos sexuales y su cuerpo también fue vendido a través de la cámara. Este año se creó una página web para crear una mayor difusión de la investigación y del tema.

El año pasado Zoom tomó un rumbo distinto en cuanto al desarrollo del proyecto. Se pasó de ser un Observatorio que analizaba las representaciones de género en la televisión a un Observatorio de Género y Sociedad, en donde se crearon espacios de diálogo en el que participaron productores de canales de televisión, agentes de la sociedad civil, y ciudadanía en general. Se realizó un acuerdo con representantes de los canales de televisión donde se comprometían a crear una programación más inclusiva y con mayor variedad de representaciones de género. Se realizó una recopilación de todos los contenidos y resultados que se han obtenido en los diferentes proyectos Zoom que han existido hasta ese año y se los subió a la página web www.proyectozoom.com. Se creó un símbolo "Aquí hay diversidad" que es entregado a diferentes locales de la ciudad, usados para mostrar que esos lugares son inclusivos y seguros, independientemente del género u orientación

sexual. Además, se organizaron algunos eventos, en el que incluía la realización de un foro en el que se hablaba sobre la importancia de la inclusión y la no la discriminación hacia las personas LGBTI desde el ámbito comercial.

A pesar de que este proyecto ya tiene varios años en marcha, el mayor problema de Zoom es que la información y datos que se obtienen a través de las investigaciones siempre llega a las mismas personas y nunca existen grandes cambios por parte de las mismas. Lo que le hace falta a Zoom es socializar más el tema, girando o cambiando el grupo objetivo.

A lo largo de todo el desarrollo de Zoom, se ha levantado información importantísima para tener una base de datos en la que se sustente la falta de diversidad en los personajes presentados por la televisión. Sin embargo, los cambios por parte de este sector de los medios de comunicación no ha sido muy evidente ya que estos datos, si bien están a disposición de todo el público en internet, no llegan a la mayoría de personas que consumen televisión. Esto se debe a que el proyecto Zoom se encuentra en un espacio de la élite, y no donde está el principal target de la televisión que es la cultura popular. Por ende, la mayoría de ciudadanos no considera necesario exigir una mejora en los contenidos referente a género en los medios, porque lamentablemente no tiene alcance a esta clase de información. En pocas palabras, quizás los espacios de la academia y del internet son lugares importantes de diálogo, sin embargo, no son los suficientes. El reto está en crear espacios en donde compartan la cultura popular y la de élite un solo lugar, es decir, “el nosotros”.
(Massucco, 2005)

Programa de Vinculación con la Colectividad

El programa de Vinculación con la Colectividad al que pertenece Zoom es el Programa Comunicación para el Desarrollo. Este programa busca “identificar y analizar los problemas o necesidades sociales en la comunidad que puedan ser solucionados a través de una intervención comunicacional con capacidad para seguir generando beneficios a largo plazo” (Casa Grande, 2014)

Este programa este año está conformado por proyectos como “Amores de Metrovía”, “Jaula Abierta”, “Cerro Paraiso”, “Pausa para una buena causa”, “Ñami Ñami”, “Alumbre” y “Humanimales”, todos con el objetivo de solucionar problemas que mejorará o ayudará en la vida de muchas personas.

En el caso de Zoom, lo que se busca contribuir a la sociedad es socializar el tema de igualdad de género con las personas y crear un ambiente de inclusión y diversidad, en el que los sujetos no puedan ser discriminados por su identidad de género y orientación sexual. En esta ocasión a diferencia de años pasados, el objetivo de Zoom es llegar a espacios y personas que no han tenido la oportunidad de acceder a la información recolectada desde la creación de este proyecto. De este modo, estas ideas de inclusión tendrán un campo más sólido en el que se puedan desarrollar. Al hacer esto se podrá lograr que la ciudadanía tenga una perspectiva de inclusión y respeto a las diversidades sexuales. Así mismo la reivindicación de la creación de nuevos contenidos más inclusivos podrá tener soporte ya que, este tendría el apoyo de muchas más personas.

Para poder llegar a crear este contenido para socializar con las personas, se generará piezas audiovisuales y multimedia que sean atractivas y fáciles de

consumir. Esto, en la medida que son contenidos extensos y con cierto nivel de complejidad ya que para algunos sujetos pueden ser ideas nuevas sobre la igualdad de género y la diversidad sexual. Dichos trabajos tendrán que resumir de manera abreviada, llamativa, y efectiva, todos los años de investigación que el proyecto Zoom ha efectuado.

BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Nacional (2013) Ley Orgánica de Comunicación. Recuperado el 03/05/2017 de la URL http://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ley_organica_comunicacion.pdf
- Fundación GAMMA (2005 - 2017). Observatorio Ciudadano de la Comunicación. Recuperado de la URL <https://www.gammaecuador.org/category/observatorio-ciudadano-de-la-comunicacion/>
- Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales, e igualdad. (1994 - 2017). Observatorio de la Imagen de las Mujeres. Recuperado de la URL <http://www.inmujer.gob.es/observatorios/observlmg/home.htm>
- Redacción Sociedad (2016). La unión de hecho es el mayor avance de los LGBTI en Ecuador. El Comercio. Recuperado el 04/05/2017 en el URL <http://www.elcomercio.com/actualidad/union-hecho-avance-glbti-ecuador.html>
- Olvera; Mena; Henríquez; Liang; Contreras (2016). Género & Sociedad, construcción del entorno digital y de las directrices y estrategias para consolidación de un observatorio de género. Universidad Casa Grande. Recuperado el 02/05/2017 en el URL

<http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/993/1/Thesis1201GOLVg.pdf>

- Proyecto Zoom (2012 - 2017) Proyecto Zoom. Recuperado de la URL <http://www.proyectozoom.com/>
- Universidad de Costa Rica (2016 - 2017). Centro de Investigación y Estudios de la Mujer. Recuperado de la URL <http://oimp.ciem.ucr.ac.cr/que-somos>