

# Observatorio Ciudadano de la Comunicación



# ¿QUÉ ES EL OCC Y POR QUÉ SE CREÓ?



¿Cómo qué violencia y discriminación?  
eso ya no existe

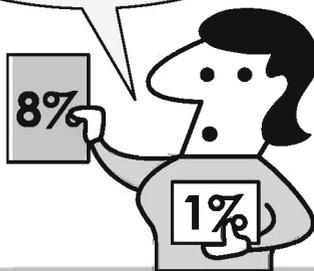
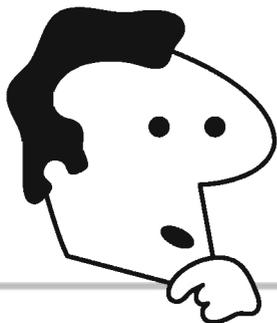
Las mujeres están estudiando, trabajando,  
son profesionales, futbolistas, participan en  
política y todo eso, igual que los hombres.

Mira, si bien hay  
cambios importantes para  
alcanzar la igualdad de oportu-  
nidades entre mujeres y hom-  
bres, esa lucha no ha terminado,  
porque aún nos enfrentamos a  
desigualdades.



Desigualdades  
¿a qué te refieres?

A ver...  
te cuento algunas cosas,  
en el país tenemos un 9,5%  
de mujeres analfabetas, frente al 7,3% de  
hombres analfabetos; 6 de cada 10 mujeres  
(entre 25 y 55 años) son víctimas de violencia;  
el 7,2% de mujeres entre 15 y 49 años es  
víctima de violación; las mujeres  
perciben un 23% menos de  
salario que los hombres,  
por igual trabajo.





¿Estás hablando en serio?

¡Claro que sí!  
Como ves, existe desigualdad.

Qué raro,  
pero si hay muchas leyes, tratados,  
políticas públicas a favor de las  
mujeres.

Si, pero eso no es suficiente  
porque el machismo se reproduce en las familias, en los  
lugares de estudio, en el trabajo, en la calle, en la iglesia, y claro,  
en los medios de comunicación.

¿En los medios  
de comunicación?

Sí, muchos mensajes que se transmiten a través de los medios de comunicación, nos presentan ideas falsas sobre las mujeres y sobre los hombres, nos muestran el cuerpo -especialmente de las mujeres- como cosa, como producto... ¡Como objeto sexual!



Tienes razón utilizan el cuerpo de las mujeres para vender carros o bebidas alcohólicas; sí he visto eso



Todo eso reproduce los roles, atributos y espacios machistas que nos muestran a las mujeres casi siempre como madres, amas de casa, bonitas, bellas, flacas, provocativas, cariñosas, delicadas, etc; y a los hombres como los profesionales, los líderes, exitosos, inteligentes, competitivos, valientes, etc.

Mensajes e imágenes que refuerzan los estereotipos y colaboran para mantener la discriminación hacia las mujeres... Y no solo eso, también, aportan a situaciones de violencia y abuso



Pero que los medios muestren eso ¡no quiere decir que las personas sigan esos comportamientos o creen en todo lo que ven!

Te equivocas, la comunicación está directamente relacionada con el comportamiento, los mensajes que recibimos a través de los medios de comunicación, inciden directa e indirectamente en las actitudes y acciones de las personas

Ahhh!!! Puedes tener razón, por eso los niños actúan idéntico a los personajes de los programas que ellos ven

Así es...

Entonces si los mensajes que los medios de comunicación transmiten son machistas, violentos, etc; las personas que los reciben reproducen ese comportamiento

No había pensado en eso, tienes razón

Desde ahora tendré más cuidado con lo que veo

La cuestión es esa justamente, no recibir pasivamente los mensajes de los medios, sino reflexionar sobre lo que nos dicen o muestran

q nos muestran?

¿Y qué hacemos después?

Si encontramos mensajes que nos parecen machistas y discriminatorios, podemos llamar al OCC y denunciar, allí se encargarán de comunicar lo que nosotros pensamos a los medios que los transmiten y a las empresas que producen esos mensajes



Pero ¿se puede hacer algo más?

Claro, se puede apagar el televisor o la radio cuando no estamos de acuerdo con sus mensajes, y también podemos hablar con nuestros grupos de amigas y amigos y conversar sobre lo que vemos, quizá si nos juntamos podamos cambiar la situación



Qué bien, entonces hoy mismo comenzaré a fijarme más en los mensajes de los medios, ¡algo tenemos que hacer!



# ¿Cómo saber si una publicidad es sexista?

La publicidad será sexista si presenta:

## **A las mujeres**

- como objetos de decoración.
- como objetos sexuales.
- como chismosas o rivales.
- únicamente haciendo cosas como: lavar, planchar, cocinar, limpiar, cuidar de todas las personas que viven en la casa.
- como seres dependientes económica y afectivamente.

## **A los hombres**

- como objetos sexuales.
- únicamente como: ejecutivo, deportista, conductor, constructor, profesional.
- siempre fuera de la casa.
- sin relación con sus hijas y sus hijos.
- en casa sólo descansando o pasivo, servido por la esposa.

## **También es sexista:**

Cuando se presenta al cuerpo humano de la mujer y del hombre como mero objeto erótico o sexual para promocionar productos que nada tienen que ver con la imagen mostrada.

Cuando la mención a las mujeres no está explicitada y quedan ocultas bajo el falso genérico masculino. Por ejemplo: "para ustedes amigos", cuando el producto pueden utilizarlo mujeres y hombres.

Cuando existen anuncios dirigidos solo en femenino a las mujeres, aunque el producto o servicio pueda ser consumido tanto por hombres como por mujeres.

**La publicidad no sexista** en cambio, aporta en la construcción de una sociedad con igualdad de condiciones para mujeres y para hombres, una sociedad de respeto hacia todas las personas.

Si alcanzamos esta igualdad, estaremos aportando al desarrollo de nuestro pueblo.

## ¿PARA QUÉ EL OCC?

Los mensajes que transmiten los medios de comunicación reproducen comportamientos y formas de actuar en la sociedad, por lo tanto si estos mensajes presentan violencia y exclusión hacia las mujeres esos comportamientos se repetirán.

### ¿Es posible transmitir mensajes distintos?

Seguro que sí. Por ello el OCC pretende ser un instrumento que motive el cambio de los mensajes que nos transmiten los medios. Porque sí es posible construir, crear mensajes positivos, que ayuden al fomento del respeto entre las personas sin importar su edad, sexo, etnia, etc.

El OCC nos invita a sumarnos a esta propuesta de la que ya son parte muchas personas, profesionales, organizaciones, instituciones, etc; para aportar al cambio de esta cultura violenta y discriminadora que limita el desarrollo de la juventud y de nuestro pueblo. En esta propuesta, los y las jóvenes tenemos mucho que aportar.

## ¿QUÉ HA HECHO EL OCC?

y ¿qué ha hecho hasta ahora el OCC?

cosas super chéveres, el Salón de la Comunicación, por ejemplo

cuéntame, cuéntame

tres salones se han hecho hasta ahora, en marzo de cada año, allí se expusieron publicidades de radio, prensa, vallas y televisión...

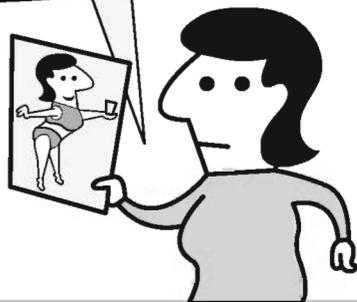
las personas que asistimos pudimos votar por las publicidades más sexistas y las menos sexistas



¿Y cuál fue la más sexista?

Hubo muchas pero las más rechazadas por la gente fueron sobre todo las publicidades que utilizan el cuerpo de la mujer como objeto decorativo u objeto sexual y las que reproducen estereotipos machistas.

¿Y hubo algunas no sexistas?



Claro, eso demuestra que sí es posible cambiar los mensajes y mostrar equidad; después de cada Salón, se entregaron premios y también sanciones

¿sanciones?  
¿Y quién fue pues a recibir?

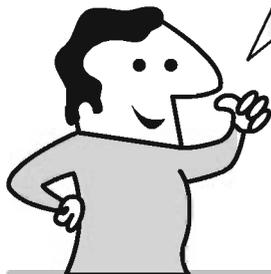
nadie, claro, pero los resultados se publicaron en la prensa, ¿te imaginas la foga para las agencias y medios que habían hecho esas publicidades?



¡chusal, claro pues, eso de ley les ha de hacer cambiar las publicidades que presentan

Ahí estaré, según lo que cuentas ¡chévere ha de estar!

Eso esperamos, oye, y te cuento que el Salón del 2007 se expondrá en algunos Colegios



# Concurso de Afiches:

"Por una vida libre de violencia hacia las mujeres en los Medios de Comunicación"

Lo del concurso de afiches sí sabía, lo organizó la Dirección Provincial de Educación del Azuay

Si, junto al OCC

En ese concurso las y los jóvenes expresaron sus ideas acerca del papel de los medios de comunicación en el fomento de la discriminación y violencia hacia las mujeres

Y participaron mas de 400 estudiantes de 18 colegios de Cuenca

La Asunción, Cesar Andrade, Colegio Militar Abdón Calderón, Herlinda Toral, Unidad Educativa Jean Piaget, Julio Matovelle, Latinoamericano, Instituto Técnico Superior Salesiano, Colegio Técnico Chiquintad, Luis Monsalve Pozo, Liceo Nuevo Mundo de Gualaceo, Colegio Espíritu de Sabiduría, Colegio Rosa Jesús Cordero, Censtudio, Arsenio Ullauri, Rafael Borja, Víctor Gerardo Aguilar y Colegio Porvenir.

Los afiches estuvieron super chéveres habían: collages, dibujos con crayones, diseños asistidos por computadoras, témperas, fotografías, etc



## Afiche ganador del 1er Premio del Concurso



"Por una vida libre de violencia hacia las mujeres en los medios de comunicación"

El afiche premiado presenta la imagen de una muñeca tipo Barbie, insertada en la página de un diario con forma de TV. La muñeca se encuentra sostenida por diversos hilos de la mano de un hombre, como una marioneta manejada por un titiritero. El texto dice: "**No Apto para Manipular**".

El diseño expresa la violencia física, social y simbólica que desde los medios de comunicación social pretende convertir a las mujeres en marionetas que deben encajar en papeles asignados bajo un guión dictado por otros.

## Ideas centrales:

- La imagen de la muñeca atrapada en los medios de comunicación, como denuncia hacia los mensajes de los medios -diarios, revistas o televisión- que pretenden moldear a niñas y adolescentes en un modelo determinado de belleza y de mujer: rubias, delgadas hasta la anorexia, superficiales, preocupadas sólo por su aspecto y por mantenerse siempre "jóvenes" y a la moda. Es un tipo de mujer apto para la industria del consumo de productos para el cuerpo como cremas, ropa juvenil, artículos de tocador, jabones, dietas, etc., donde lo que vale es el "parecer" y no el "ser"; y que excluye la gran diversidad de mujeres que hay en Ecuador.

- El texto y la imagen de la muñeca siendo manipulada por la mano de un hombre, como rechazo de las mujeres a ser sujetadas por un sistema de poder patriarcal ejercido desde diversas instituciones y -de manera particular- desde los medios de comunicación, que refuerzan y potencian la utilización de la mujer como objeto para el hombre.

Las y los jóvenes no somos  
objetos pasivos de recepción de información  
y no debemos convertirnos en eso; por ello al recibir los  
mensajes de los medios de comunicación, al mirarlos, leerlos,  
escucharlos, somos sujetos, debemos pensar, analizarlos y  
reflexionar sobre ellos: **¿son machistas, discriminan,  
son violentos, son equitativos?**

**O.C.C.**

Teléfono: (07) 2 88 04 31

E-mail: [observatorio@gammaecuador.org](mailto:observatorio@gammaecuador.org)

Página Web: [www.gammaecuador.org](http://www.gammaecuador.org)

