

Foro Nacional Políticas de género en Periodismo y Publicidad

Facultad de Ciencias Sociales (Sede Constitución) | UBA | 12 y 13 de Septiembre



Invitamos al I Foro Nacional de Políticas de género en Periodismo y Publicidad a realizarse los días 12 y 13 de septiembre de 2019 en el aula 300 de la Facultad de Ciencias Sociales (Sede Constitución) de la Universidad de Buenos Aires.

El mismo será organizado por la *Fundación para el Desarrollo de Políticas Sustentables* y la *Asociación Civil Comunicación Para la Igualdad*, con apoyo de la *Fundación Heinrich Boll*, y se plantea como el corolario de dos años de investigación sobre las industrias del periodismo y la publicidad.

El objetivo del Foro es el fortalecimiento de la sociedad civil en su capacidad de generar acciones que promuevan una comunicación inclusiva y que cuestione la reproducción de patrones socioculturales tradicionales de conducta y reparto de espacios de poder.

Será una instancia de encuentro y debate, de sensibilización, construcción de capacidades y fortalecimiento de vínculos. Generaremos espacios de construcción de agendas comunes y líneas estratégicas de acción. Se realizarán paneles-talleres en los que se abordarán algunos de los ejes críticos identificados en el ámbito laboral de la publicidad y de las empresas de medios de comunicación y en sindicatos, asociaciones profesionales y cámaras empresariales del rubro.

¿A quiénes va dirigido?

- Asociaciones profesionales vinculadas a periodismo y publicidad (particularmente que trabajan con perspectiva feminista), organizaciones y movimientos sociales, organizaciones sindicales, organizaciones de mujeres, movimientos estudiantiles.
- Sector académico: autoridades, docentes, no docentes y estudiantes.
- Direcciones de empresas periodísticas y agencias de publicidad.
- Redes y alianzas nacionales.
- Periodistas, publicistas y personas dedicadas a la comunicación social.
- Autoridades comunales, locales, regionales y nacionales.

Fundamentación

La violencia simbólica y mediática se manifiesta a través de la difusión de patrones socioculturales estereotipados que reproducen desigualdad, naturalizando la subordinación de la mujer y de disidencias sexogenéricas. En este punto, los medios de comunicación tienen un rol clave en la formación de opinión y mandatos culturales, pero en la actualidad contribuyen a profundizar la desigualdad de géneros.

Las investigaciones en comunicación y géneros dan cuenta de que en América Latina se ha hecho poquísimo por democratizar las estructuras comunicacionales desde un punto de vista de género y los pocos esfuerzos que se han hecho, sobre todo a nivel estatal, se han concentrado en la eliminación de los estereotipos de género.

En este contexto, se torna necesario incorporar la perspectiva de género a los contenidos mediáticos. Para eso se propone abordar la problemática con foco en profesionales de la comunicación, el periodismo y la publicidad, para desarmar el ciclo de producción y reproducción de desigualdades y avanzar en la creación de contenidos igualitarios, desde una perspectiva de géneros y derechos humanos.

De la misma manera, es necesario observar las prácticas dentro de los medios de comunicación y las agencias de publicidad, como estructuras organizativas y laborales, con miras a entender a la construcción de los contenidos desde espacios democratizados y con participación de diversas identidades de género.

Fruto de las investigaciones realizadas en los últimos años por las organizaciones presentantes, la poca representación laboral no se condice además con la formación de profesionales, ya que las carreras de comunicación y publicidad cuentan mayormente con egresadas mujeres. Frente a esta escena, creemos que es necesario divulgar las investigaciones realizadas en nuestro país, para poder abordar colectivamente la problemática con datos sólidos y conociendo el escenario real.

Esta perspectiva permitirá promover la participación igualitaria de las personas –más allá de su identidad de género- en la elaboración de contenidos en los medios y en los puestos de toma de decisión.

Objetivos

- Fortalecer la construcción de una comunicación inclusiva y democrática en la Argentina, a través de la articulación entre profesionales de la comunicación (tanto del periodismo como de la publicidad), y la sensibilización y formación desde una perspectiva de géneros.
- Generar un espacio de construcción de capacidades e interacciones que promuevan la reflexión sobre la comunicación democrática y desde una perspectiva de géneros.
- Desarrollar objetivos y estrategias comunes entre quienes formen parte de ese espacio, que puedan traducirse en acciones concretas locales para que cada profesional pueda desarrollar en sus espacios de ejercicio laboral.

Paneles

El día 12 de septiembre se realizará la apertura del Foro a cargo de las instituciones que lo organizan y en la que Luciana Peker, periodista especializada en género, ofrecerá una charla magistral.

Los paneles se realizarán el día 13 de septiembre durante todo el día, de manera diacrónica para facilitar la participación a todos ellos. Serán cuatro en los que se discutirán los ejes críticos hallados en ambas industrias.

Los ejes a trabajar en los paneles son los siguientes:

- Políticas de cuidado
- Derechos Laborales y Sindicalización
- Periodismo y Género
- Publicidad y Género

Forma de participación: Panelistas y asistentes

Inscripción: Gratuita. Aún no están abiertas

Información: info@fundeps.org - comunicarigualdad@gmail.com