

# Hacia la construcción de un periodismo no sexista

Segunda Edición



Organización  
de las Naciones Unidas  
para la Educación,  
la Ciencia y la Cultura

**cimao**  
comunicación e información de la mujer

CIMAC

Comunicación e Información de la Mujer, AC

Balderas 86, Centro, 06050, México, DF

55102033, 55125796, 55100085

[www.cimac.org.mx](http://www.cimac.org.mx) [www.cimacnoticias.com.mx](http://www.cimacnoticias.com.mx)

[cimacnoticias@hotmail.com](mailto:cimacnoticias@hotmail.com)

# **Hacia la construcción de un periodismo no sexista**

# Hacia la construcción de un periodismo no sexista

## **Hacia la construcción de un periodismo no sexista**

Primera edición 2009

Segunda edición 2011

Edición Comunicación e Información de la Mujer, AC (CIMAC)

### **Dirección Editorial**

Lucía Lagunes Huerta

### **Investigación, redacción y coordinación editorial**

Hena Carolina Velázquez Vargas

### **Asesoría**

Primera edición: Doctora Elvira Hernández Carballido

Segunda edición: Doctora Adriana Sáenz Valdez

### **Corrección y edición**

José Antonio Lugo

### **Diseño**

arre

### **Formación segunda edición**

Salvador Ramírez Gutiérrez

La elaboración de este manual se realizó gracias al apoyo de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, por sus siglas en inglés) y el Instituto de las Mujeres del Distrito Federal (Inmujeres-DF).

Como lo señala el artículo 38 de la Ley de Desarrollo Social para el Distrito Federal y el artículo 60 de su Reglamento: "Este programa es de carácter público, no es patrocinado ni promovido por partido político alguno y sus recursos provienen de los impuestos que pagan todos los contribuyentes. Está prohibido el uso de este programa con fines políticos, electorales, de lucro y otros distintos a los establecidos. Quien haga uso indebido de los recursos de este programa en el Distrito Federal, será sancionado de acuerdo con la ley aplicable y ante la autoridad competente".

Prólogo a la Primera Edición .....	1
Prólogo a la Segunda Edición .....	5
Introducción.....	7
1. Las mexicanas en el periodismo nacional .....	12
2. Nuevas realidades para el tratamiento de las noticias.....	29
3. El discurso de los medios.....	47
4. La noticia no tiene sexo, tiene género.....	59
5. Poner la A no basta .....	69
6. Nuevos conceptos, nuevas palabras.....	82
7. Periodismo no sexista, una especialización .....	96
8. Cambios de estilo.....	110
Fuentes consultadas .....	122
Observatorios de Medios de CIMAC.....	126
Infancia: niñas, niños y adolescentes son coyuntura mediática México (2008-2010) .....	130
Las mujeres en el crimen organizado: narcotráfico y secuestro. ¿Tema de información y disertación periodística?.....	150
La participación política de las mujeres .....	162
El observatorio de los medios de comunicación, acerca de las referencias hacia las mujeres.....	185

# Un manual para el buen periodismo

Lydia Cacho

Durante los últimos años he visitado medio centenar de salones de clases cuyas alumnas y alumnos estudian periodismo; en una época en que una gran cantidad de medios han cambiado la ética por la mercadotecnia, la pasión por el escándalo y la profesionalización por la urgencia del *rating*, la pregunta siempre presente es ¿qué se necesita para hacer buen periodismo? Mi respuesta es la misma: debes encontrar el sentido de tu misión como periodista.

El sentido de la misión no es cosa menor, implica descubrir nuestras herramientas personales, intelectuales y emocionales para ponerlas al servicio de la verdad. La misión consiste en especializarse para desentrañar las múltiples realidades que conforman a nuestras sociedades. Para que la misión se fortalezca precisamos estudiar y modernizarnos. El concepto de objetividad como principio periodístico resulta anticuado. Somos sujetas, sujetos, y desde esa subjetividad, desde nuestra concepción del mundo, desde nuestro buen o mal uso del lenguaje, es que abordamos una historia o un hecho por concreto que éste sea. Kapuscinsky, a quien acertadamente se cita en este manual, ha dicho que para ser buen periodista se precisa ser buena persona, pero ¿qué es ser buena persona? ¿es lo mismo ser mujeres que ser hombres? ¿entendemos la versión moderna de persona que el maestro nos propone? ¿Podemos, pregunto yo, ser buenas reporteras o buenos reporteros si somos incapaces de cuestionar nuestro uso del lenguaje tradicional bajo el argumento de que es más fácil y rápido? ¿Cuántas personas en nuestra profesión pueden explicar las repercusiones y los efectos sociológicos y políticos que tiene la persistente presencia del sexismo en la cobertura de guerras, de injusticias, de actos de corrupción, de todas las formas de violencia e incluso en el ejercicio del poder del Estado?

Un buen periodismo aborda las historias desde un contexto concreto. La discriminación de género se perpetúa contra mujeres y hombres en diferentes ámbitos y bajo distintas circunstancias. El periodismo con perspectiva de género no es periodismo de mujeres. Su función es renovar el lenguaje para hacerlo socialmente incluyente para que, en lo real y en lo simbólico, toda la población se vea y se reconozca.

Resulta imposible hacer buen periodismo sin cuestionarse persistentemente cómo hemos construido nuestra idea del mundo, y qué tamiz utilizamos para describirlo ante nuestro auditorio, ya sea de prensa escrita o de medios electrónicos. Adquirir cultura para una buena reportera o un buen investigador, no significa simplemente leer a Platón, a Descartes, a Kant y a Spinoza, implica cuestionarlos y preguntarse ¿cómo nació la idea de que el genérico masculino es la regla?

En los siglos XVIII y XIX desapareció el debate filosófico sobre la diferencia de los sexos. Ya se había determinado la construcción cultural en la que un grupo de pensadores –varones– decidieron describir la diferencia entre hombre y mujer designando a lo femenino como “la naturaleza” y a lo masculino como “la razón”. Hume y Rousseau escriben: “A la naturaleza, y a la mujer hay que dominarlas”. Aun hoy en día en algunos medios las historias de mujeres fuertes, inteligentes y valientes (que no sean madres, monjas o prostitutas) son tratadas como excepciones de la regla.

No es sino gracias al desarrollo del pensamiento filosófico feminista que comprendimos que durante centenares de años una serie de disparates sexistas surgieron de la postura personal de un grupo relativamente pequeño de hombres de poder, en cuyas manos estaba la responsabilidad de iluminar y guiar a la humanidad, imponiendo modelos de educación y comunicación. La sociedad es, simplemente, producto de esta cultura.

El doctor en Lingüística Daniel Caséz nos dice “...la misoginia y la homofobia que todos llevamos en lo más íntimo de nuestro ser social las ponemos en acción día a día –a sabiendas o no, con rigor o en broma, que es una forma muy seria de comunicación. Defino al sexismo como la opresión fundamentada en la diferencia sexual, que permea toda relación entre seres humanos y abarca todas las dimensiones de la cotidianidad tanto doméstica como pública.”

El problema del sexismo en el lenguaje ha sido ampliamente reconocido; ahora necesitamos los instrumentos para superarlo. Esto nos enfrenta a un asunto complejo: por un lado debemos reconocer la herencia de ese sexismo que llevamos hoy en día a las tareas cotidianas y, por el otro, recordar que muchos conceptos utilizados actualmente para justificar injusticias y violaciones a los Derechos Humanos se basan en valores de los textos de la Edad Media que sentaron las bases para las normas médicas, jurídicas y sociales.

Esos valores han permeado en la educación moderna y los perpetuamos persistentemente casi sin darnos cuenta.

Del pensamiento filosófico, piedra angular de los estudios universitarios, surge una representación global de las mujeres que lo permea absolutamente todo: la ciencia, el arte, la literatura, la jurisprudencia, la medicina y la política. Nadie, ni las autoras de este manual, ni yo, ni quien lee este valioso libro, podemos sustraernos completamente de una cultura que durante siglos construyó argumentos sólidos sobre la exclusión de las mujeres del ámbito político, que sustentó con teorías y libros la depreciación de la actividad intelectual femenina y, tomada de la mano de los principios de la moral religiosa, dio sustento a la cosificación de las mujeres y a la apropiación legal de su cuerpo por parte del Estado. Nadie escapa de una cultura que determinó que lo no heterosexual, no viril, está feminizado y debe ser despreciado o destruido. A eso debemos sumarle que el discurso político se apropia parcialmente del lenguaje políticamente correcto, pero persiste en prácticas contradictorias y eficientes de desigualdad y sexismo. Nuestra tarea también consiste en revelar esas contradicciones.

El siglo XXI es fascinante en lo que respecta a la reconceptualización de lo que ser mujeres y ser hombres significa. El manual de CIMAC que tienes en tus manos es producto de un trabajo acucioso y profesional, hecho para mujeres y hombres; su valor e importancia sólo se entiende en el contexto de la renovación del periodismo del siglo XXI que, gracias a la perspectiva de género como una categoría de análisis filosófico, nos permite asumir la responsabilidad que como periodistas tenemos en el uso del lenguaje y el abordaje de las historias humanas. Renovar la estructura lingüística, oral y escrita, nos permite afinar nuestras herramientas periodísticas para explicar la realidad de manera tal que se entienda el origen de la violencia, de la opresión y de la injusticia que cubrimos en nuestro trabajo diario. Para ya no ser instrumentos de la perpetuación de esas injusticias con nuestros propios vicios lingüísticos.

No podemos olvidar que la creación del código deontológico del periodismo es un producto del siglo veinte. Las y los periodistas nos enfrentamos a una transformación vital de ciertos conceptos. Apenas hace dos décadas, quienes se atrevieran a cuestionar abiertamente la norma cultural eminentemente androcéntrica, heterosexual, se convertían en parias, incluso en ámbitos intelectuales académicos y políticos. Hoy en día gran cantidad de editores han comprendido que ya no es aceptable hablar y escribir en "masculino universal". Por ello nació la agencia de noticias CIMAC. Ha logrado romper las barreras del sexismo en el periodismo, y se da a la tarea de diseñar estrategias para profesionalizar un periodismo no sexista. Estoy segura de que llegará el día en que la excepción, el paria, será aquél medio que persista en perpetuar el sexismo.

Hoy en día tenemos suficientes referentes en la academia y en la filosofía para entender que para llegar a dar la vuelta de tuerca y masificar este nuevo lenguaje incluyente, se precisa de la participación de las y los periodistas en todos los niveles. Estamos en un camino profundamente significativo, eso debemos recordarlo cuando hablamos del desarrollo del periodismo no sexista. Este manual es una herramienta. Hace falta la voluntad, la creatividad y la reiteración de la misión personal para convertirlo en instrumento de trabajo y de transformación personal.

# A modo de prólogo a la segunda edición

En Comunicación e Información de la Mujer, AC (CIMAC) nos congratulamos de presentar esta segunda edición del Manual *Hacia la construcción de un periodismo no sexista*, cuyo objetivo es ofrecer al gremio periodístico una alternativa de trabajo profesional con perspectiva de género.

Desde su primera edición en 2009, que se realizó con el apoyo de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO; por sus siglas en inglés), hicimos un recorrido por varios lugares de América para analizar con las y los profesionales de la comunicación la importancia de realizar una labor informativa que visibilice la condición social que vivimos las mujeres y les de voz como protagonistas importantes de los acontecimientos noticiosos.

Luego de este recorrido por la República Mexicana, El Caribe, Centroamérica y Sudamérica pudimos confirmar que, aún cuando existe una mayor apertura en el tema, en general no hay una mirada con perspectiva de género en la región que sea preponderante en los medios de comunicación.

Todavía es largo el camino a recorrer para lograr influir en las agendas nacionales y globales a favor de los derechos humanos, mediante el desarrollo de un periodismo no sexista que promueva la igualdad entre mujeres y hombres y la democratización de los medios de comunicación.

Hay que reconocer que prevalecen los estereotipos, las imágenes sexuadas de las mujeres en la vida pública (que continúan siendo toleradas), un enfoque conservador de los problemas de salud sexual y reproductiva, la situación laboral y económica y la violencia que vivimos las mujeres desde el escándalo y la victimización.

Para observar la aplicación práctica en el ejercicio periodístico de la primera edición del Manual *Hacia la construcción de un periodismo no sexista* se envió un cuestionario y se realizaron entrevistas especiales con periodistas de medios de comunicación en México, El Caribe, Centroamérica y Sudamérica, quienes en su mayoría respondieron que su contenido era claro y los ejercicios de utilidad cotidiana.

Para esta segunda edición se conservó, en su mayoría, el contenido original sólo con algunos cambios que surgieron de los comentarios y aportaciones de las y los periodistas que consultamos.

Se aumentó el capítulo 1 “Las mexicanas en el campo del periodismo nacional” en donde se relata la lucha de las mujeres en México, para ganar espacios periodísticos en la prensa nacional como fundadoras, directoras, colaboradoras, articulistas y reporteras.

La doctora Adriana Sáenz Valadez, especialista en lenguaje y género, profesora-investigadora en la Escuela de Lengua y Literaturas Hispánicas, en la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, se encargó del análisis del capítulo 5 “Poner la A no basta”, lo que permitió enriquecer el tema.

También se agregó una introducción para explicar el sentido de los anexos, los cuales forman parte del observatorio de medios de CIMAC, una herramienta que permite reconocer y visibilizar las características del trabajo periodístico haciendo un seguimiento de aquellas que se realizan con perspectiva de género y las que obedecen a un contenido sexista.

En estos anexos, de la primera edición se conservó sólo el Estudio de los medios de comunicación que realizó CIMAC y el Grupo MUND acerca de las referencias hacia las mujeres de los medios de comunicación en México y América Latina.

Para actualizar la información anterior se agregaron tres más, el informe sobre infancia Niñas, niños y adolescentes son coyuntura mediática: México y Las mujeres en el crimen organizado: narcotráfico y secuestro. ¿Tema de información y disertación periodística? y Participación Política de las Mujeres 2009, una mirada desde los medios de comunicación.

Buscando respetar el diseño original de la primera edición y con el fin de facilitar la lectura del Manual se hicieron cambios en los tonos del color, la numeración de las páginas y los titulares del prólogo a la primera edición, introducción, los ocho capítulos, la introducción del Observatorio de Medios y los Anexos.

Por último, CIMAC agradece a las y los colegas periodistas el tiempo dedicado para responder a los cuestionarios y entrevistas de la primera edición del Manual y al Instituto de las Mujeres del Distrito Federal (Inmujeres-DF) su apoyo a esta segunda edición corregida y aumentada de *Hacia la construcción de un periodismo no sexista*, como parte de su Programa de Coinversión para el Desarrollo Social del Distrito Federal 2011.

# Introducción

Ante los retos que enfrenta el periodismo actual, el objetivo del manual *Hacia la construcción de un periodismo no sexista* es ofrecer a las y los periodistas nuevas alternativas para realizar un trabajo profesional con perspectiva de género, es decir, que cuenten con una herramienta útil para analizar y comprender las características que definen la condición social en que viven las mujeres y las condiciones sociales, ideológicas y culturales que generan la desigualdad y la discriminación construidas y reconstruidas por siglos contra las mujeres.

El proyecto que ha impulsado Comunicación e Información de la Mujer (CIMAC) durante más de dos décadas responde a este propósito y a un compromiso en dos vertientes: generar y publicar información noticiosa acerca de la condición social de las mujeres, contribuir a que las y los periodistas incorporen los derechos humanos de las mujeres en su trabajo cotidiano y que reconozcan que la sociedad y su devenir histórico están conformados por mujeres y hombres; así como convertir a los medios de comunicación en una herramienta de transformación educativa y social que sirva como estrategia para que las organizaciones civiles transmitan sus actividades, demandas y propuestas.

De ahí que, durante 21 años, en CIMAC hemos buscado influir en las agendas nacionales y globales a favor de los derechos humanos, mediante el desarrollo de un periodismo no sexista, promoviendo la equidad social y la democratización de los medios de comunicación.

Para ello desarrollamos cuatro líneas estratégicas: la agencia de noticias multimedia Cima Noticias [www.cimacnoticias.com](http://www.cimacnoticias.com), el área de Estrategias de Comunicación, Prensa y Capacitación, el programa de Redes de Periodistas y el Centro de Documentación, un espacio que facilita a las y los periodistas la búsqueda de información y contextualizar sus reportajes e investigaciones.

El ideal de CIMAC es heredado de las trayectorias históricas de dos movimientos de nuestro país y del mundo: el feminista y el del periodismo en pro de la libertad de expresión y el derecho a la información. La utopía en ambos es construir un mundo equitativo donde en la sociedad y en los medios de comunicación se miren, escuchen y respeten todas las voces en igualdad de condiciones, algo que no se logrará si en nuestro trabajo periodístico excluimos lo que le sucede a las mujeres, la mayoría de la población.

Realizar un periodismo no sexista requiere de un trabajo profesional con perspectiva de género que visibilice, desde un lenguaje sin estereotipos, la condición social en que viven las mujeres.

El movimiento feminista y las periodistas de los siglos XIX y XX no sólo fueron pioneras en reivindicar la palabra de las mujeres, en denunciar la discriminación en que vivían y en expresar su preocupación por el sexismo en el lenguaje, considerándolo no sólo como un reflejo del sexismo ancestral, sino también como creador y reproductor de patrones sexistas discriminatorios del comportamiento humano.

Los medios de comunicación, como un termómetro del lenguaje y de las concepciones sociales de una época determinada, son referentes para la construcción de identidades, para la formación de mentalidades y la creación de ideología; por tanto, "deberían evitar reproducir los estereotipos y los prejuicios que se dan en nuestra sociedad" (Bach Arús, Marta, et al, 2000).

Históricamente, al escribir, representar y recrear los hechos sociales y sus actores, los medios dejaron a un lado a las mujeres; por ello, el movimiento feminista ha dado varias batallas –algunas con mucho éxito– en pro de eliminar el sexismo, proponiendo e impulsando nuevas palabras-concepto, construcciones en el lenguaje, formas gramaticales y códigos de ética para eliminar el sexismo.

Retomar al maestro Kapuscinski como eje periodístico en este manual, responde a dos vertientes que desde el nacimiento de CIMAC han sido la base fundamental de nuestro quehacer periodístico: Uno, que la función periodística no debe estar a la sombra de los poderes, ya que su misión es estar del lado de la sociedad; y dos, que el periodismo se hace desde la suma de esfuerzos, pues como bien dice el maestro en su libro *Los cinco sentidos del periodista* no hay periodista sin fuente.

Sabemos que un buen ejercicio periodístico requiere de un alto contenido ético y no es un trabajo que se realice en solitario. De ahí que nuestro éxito profesional dependa, siempre, de tomar en cuenta a las demás personas. El tipo de trabajo que establezcamos con las y los demás definirá el nuestro y será la fuente de nuestro material informativo.

“Ahí se juega todo: la gente nos mira y nos evalúa, constantemente, y advierte la diferencia entre un periodista que pregunta sobre problemas que realmente lo preocupan y otro que llegó al lugar para obtener un par de respuestas sin compromiso alguno y partir. Sin empatía, esa habilidad de sentirse inmediatamente como uno de la familia, no es posible compartir los dolores, los problemas, los sufrimientos y las alegrías de la gente” (Kapusinski, 2003).

*Hacia la construcción de un periodismo no sexista* lo integran ocho capítulos. Al final de siete de ellos se proponen ejercicios prácticos (ayudas) que permitirán aplicar en la tarea diaria el tema del que se trate.

En el capítulo 2, “Nuevas realidades para el tratamiento de las noticias”, se muestra cómo los medios de comunicación son una lectura de la realidad que, de acuerdo con sus contenidos, programación y noticias, marcan la agenda política y social, además de presentar a las audiencias escenarios, temas y personajes que consideren significativos en cada sociedad; de entre todos, eligen aquellos que por razones económicas, políticas o sociales consideran dignos de ser sometidos a un seguimiento informativo regular. El factor profesional, la llamada “cultura periodística”, construida a partir de convenciones, métodos y rutinas establecidas, también influye en el diseño del contenido.

“El discurso de los medios” es el título del tercer capítulo, en donde se habla de los factores que intervienen en la construcción de una noticia y cómo la información tendrá que cubrir las características de *noticiabilidad* que necesitan los medios de comunicación; es decir, que formen parte de su agenda. ¿Qué o quién tiene legitimidad para que los medios los tome en cuenta y se convierta en fuente informativa? ¿Es posible cambiar el sistema productivo de los medios y “hacer un espacio dentro del discurso mediático” que dé el protagonismo a las acciones de las mujeres?

En el capítulo 4 “La noticia no tiene sexo, tiene género”, se expone en qué consiste la aplicación de la perspectiva de género en la información, demostrando que es una herramienta para analizar y comprender las características que definen a las mujeres y a los hombres de manera específica, con sus similitudes y diferencias; además, se resalta la importancia del uso de los nuevos conceptos propuestos por el feminismo que, de no aplicarse de manera correcta, pueden generar confusión al formular una noticia.

Los estudios sobre lingüística y género se abordan en el capítulo 5 bajo el título “Poner la A no basta”. En este apartado se retoma el llamado de las feministas contemporáneas respecto al verdadero problema que la ideología sexista impone por medio del lenguaje: la forma y el contexto en que se muestra la condición social de las mujeres.

En el capítulo 6 “Nuevos conceptos, nuevas palabras”, se explica cómo varias de las palabras y conceptos de uso actual tienen su origen en la lucha histórica de las mujeres por eliminar todas las formas de discriminación en su contra.

El “Periodismo no sexista como una especialización” es el tema del capítulo 7 y sustenta las razones por las cuales introducir la perspectiva de género en la información genera un aspecto innovador de mirar, de interpretar la realidad con otros ojos y de hacer posible que aparezcan distintas visiones del mundo.

Por último, en el capítulo 8 “Cambios de estilo, para realizar un periodismo no sexista”, se presentan diversas propuestas que permitirán a quien ejerce el periodismo no incurrir en discriminación lingüística al redactar una noticia, como utilizar el masculino genérico. Revisar algunas reglas permitirá evitar la discriminación lingüística, además de saber si nos acercamos o no a un lenguaje no sexista y si aplicamos la perspectiva de género.

En la revisión de *Hacia la construcción de un periodismo no sexista* participó la doctora en comunicación y feminista Elvira Hernández Carballido, a quien CIMAC agradece su colaboración.

En su carta de aval a este documento, la investigadora Hernández Carballido señala: “Representa un tipo de texto necesario para hacer visibles a las mujeres en el mundo de las noticias que cotidianamente nutren a los medios de comunicación. Además, confirma uno de los objetivos de esta asociación (CIMAC) porque es un documento que apoyará a las y los periodistas que deseen realizar su trabajo desde una óptica no sexista o que pueden empezar después de ser sensibilizados de la importancia de hacerlo. Los contenidos del manual son precisos, fundamentados, orientadores y con una claridad absoluta sobre la categoría género, su definición, desarrollo, perspectiva y aportaciones. Además, se observan tres objetivos muy puntuales que, sin duda, se cumplieron: informar, sensibilizar y orientar sobre el significado, teoría y práctica del periodismo no sexista. Las obras que sustentan el documento son las más representativas en el estudio del periodismo, del género y del periodismo con perspectiva de género”.

CIMAC agradece a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, por sus siglas en inglés) su aportación para

la realización de *Hacia la construcción de un periodismo no sexista* y, sobre todo, a quienes lean y apliquen la propuesta de trabajo periodístico que contiene este manual.

# 1. Las mexicanas en el periodismo nacional

Venimos al estadio de la prensa a llenar una necesidad: la de instruirnos y propagar la fe que nos inspiran las ciencias y las artes. La mujer contemporánea quiere abandonar para siempre el limbo de la ignorancia y con las alas levantadas desea llegar a las regiones de la luz y la verdad.

(*Violetas del Anáhuac*, semanario, 1887-1889)

La trayectoria periodística de las mexicanas ha sido un largo camino para obtener un lugar en la prensa nacional. Aún cuando en sus inicios el periodismo en México fue un oficio marcado por el sexismo y absolutamente masculino, a finales del siglo XIX e inicios del XX se empezó a abrir la puerta para las escritoras mexicanas, que fueron desarrollando un activo trabajo periodístico que las llevó a invadir todos los géneros. En años recientes hay en el mundo un aumento de las mujeres periodistas en los medios de comunicación, con el 35 por ciento de los puestos de trabajo, sin embargo todavía no se logra que lleguen a ocupar de manera significativa cargos de dirección y participen en la toma de decisiones.

## La historia de una conquista

La presencia actual de las mujeres en el periodismo de nuestro país es resultado de un largo esfuerzo por obtener reconocimiento y respeto, tanto de sus colegas como de la sociedad.

Así lo afirma la doctora en Ciencias de la Comunicación Elvira Laura Hernández Carballido, periodista, investigadora y feminista mexicana, quien se dedicó a la tarea de identificar la lucha de las mujeres a través del tiempo para ganar espacios periodísticos en la prensa nacional como fundadoras, directoras, colaboradoras, articulistas y reporteras.

Además del análisis de las ediciones y publicaciones donde han participado las mujeres, una base de su investigación es el rescate de dos textos que documentan esta trayectoria: *Las mexicanas en el periodismo*, de Fortino Ibarra de Anda, editado en 1934, y *La mujer en el periodismo*, de María del Carmen Ruiz Castañeda, artículo publicado en 1956.

Del libro de Fortino Ibarra llaman la atención varios de sus comentarios acerca de las primeras mujeres periodistas, en el siglo XIX.

“Llegan ellas a los periódicos con muchos bríos y entusiasmo, llena la cabeza de castillos en el aire y bien pronto se decepcionan.”

“Las intransigentes sufren tal desencanto, que se retiran definitivamente y se hunden en la vida del hogar sin que se les vuelva a ver por periódico alguno; se van como espantadas de lo que han presenciado, las que se quedan es obedeciendo a su espíritu de luchadoras, y tal vez, porque necesitan del sueldo.”

“Al poco tiempo se percatan de que es preferible que sus nombres no suenen, y sus entusiasmos del principio se truecan para dejarse llevar por la corriente rutinaria; se convencen de que es mejor no despertar alarmas o envidias cuando se tiene urgencia de unos cuantos pesos al día, siguen el ejemplo del montón de asalariados anónimos” (Ibarra de Anda, 1934).

Un ambiente en el que muy pocas resistieron todos los embates y se formaron una personalidad, concluye.

Otra fue la situación que vivieron a principios del siglo XX, cuando las periodistas asalariadas aparecen luego de la revolución de 1910 atraídas por el incremento del industrialismo en los periódicos.

“El ambiente social de brega constante en que se formaron las mujeres que van a integrar las filas del periodismo post-revolucionario influyó en su carácter, creando el tipo de la periodista multiforme, que además de serlo, es frecuentemente escritora, poetisa, novelista o autora teatral, maestra, oradora y funcionaria” (Ruiz Castañeda, 1956).

En su labor por rescatar la trayectoria de las mujeres periodistas en México, Elvira Hernández destaca otras investigaciones que registran su paso en los medios de comunicación.

Es el caso de varias tesis de licenciatura, como el análisis que la periodista María Isabel Inclán Perea hizo del suplemento mensual *Doble Jornada*, del periódico *La Jornada*; María de Lourdes Ruiz Pavón, quien documenta el origen de la Red de Mujeres Periodistas en la República Mexicana en la que participa Comunicación e Información de la Mujer (CIMAC); y Xóchitl Sen Santos en donde se registran los testimonios de las reporteras que en 1970 trabajaron en el periódico *El Día*.

También están Cristina Hinojosa, con el perfil de la periodista mexicana a finales del siglo XX; Rosa Martínez Guzmán con su análisis de los trabajos de las mujeres caricaturistas, y la tesis de Maestría de la propia Elvira Hernández, en 1997, en donde rescata a las primeras reporteras mexicanas: Esperanza Velázquez Bringas, Elvira Vargas y Magdalena Mondragón.

Como puede observarse hay interés por el tema, pero todavía falta mucho por hacer para documentar en toda su amplitud la aportación de las

mujeres al periodismo nacional.

De 1934 a 2010 la escasa producción de materiales sobre mujeres e historia de la prensa denota el fenómeno de la invisibilidad femenina, sin embargo al mismo tiempo “ofrece la certeza de que las periodistas no han sido sujetas inactivas o ausentes en el desarrollo de la prensa o en cualquier acontecimiento histórico, sino que fueron drásticamente omitidas de los registros oficiales” (Hernández Carballido, 1986).

Con la información que existe hasta ahora, para Elvira Hernández la trayectoria periodística de las mexicanas se puede sintetizar en cuatro etapas: las pioneras, del periodismo íntimo al social, el periodismo feminista y el periodismo actual, que ha integrado la perspectiva de género en su trabajo informativo.

## Las Pioneras

Acerca de la participación de las primeras mujeres periodistas y sus colaboraciones habla Elvira Hernández en su trabajo *La prensa femenina en México durante el siglo XIX*.

Cita a Irma Lombardo, investigadora de la historia de la prensa en México, para subrayar que *La gaceta de México y noticias de la Nueva España*, editada en 1722, fue la primera publicación periodística en nuestro país y desde ese momento hasta varios siglos después el periodismo fue un oficio absolutamente masculino.

Antes de su entrada al periodismo, las mujeres comenzaron a figurar en el campo de las publicaciones como impresoras y editoras de libros, folletos y hojas informativas.

El camino lo inició Jerónima Gutiérrez, esposa del primer impresor colonial Juan Pablos en 1539. Más tarde, su hija María Figueroa, quien también se casó con un impresor, quedó a cargo del taller de 1594 a 1597.

En 1611, Catalina del Valle viuda de Pedreo Balli heredó la imprenta creada por él. Otro caso fue el de Paula Benavides viuda de Bernardo Calderón, responsable de la imprenta que hacía la mayoría de hojas volantes y gacetas impresas hacia la mitad del siglo XIX.

Otras impresoras fueron: María de Ribera Calderón y Benavides viuda de Miguel de Ribera (1675-1684); Gertrudis de Escobar y Vera viuda de Ribera Calderón (1723-1754), quien imprimió la Gaceta de Sahagún de Arévalo (1732-1737); Doña Marta Fernández de Jauregui, dueña en 1800 de la imprenta donde se hizo la primera publicación cotidiana de la Colonia, el *Diario de México* de Bustamante Villaurrutia (1805-1806 y 1812-1813), el *Semanario Económico* (1808) y otros periódicos como *El pensador mexicano*.

Con composiciones poéticas, amparadas con seudónimos, anagramas o iniciales, quizá por tímidas o probablemente por seguir la usanza literaria de la época, las primeras colaboradoras en los periódicos aparecen en 1805, en el *Diario de México* y la *Gaceta de Valdez*. Una pionera fue Doña

María Velázquez de León que firmaba sus obras con las iniciales “Doña M.V.L.”.

Una de las mujeres dignas de ser llamadas “precursora del periodismo femenino nacional” fue Leona Vicario, quien de 1830 a 1832 envió al periódico *El federalista* algunas cartas, en donde respondió a las acusaciones de Lucas Alamán. El político y escritor aseguraba que ella había apoyado la causa de la independencia de México por amor a Andrés Quintana Roo y no a la patria.

Esta fue la respuesta de Leona Vicario a Lucas Alamán:

“Confiese U. Sr. Alamán que no sólo el amor es el móvil de las acciones de las mujeres que ellas son capaces de todos los entusiasmos y los deseos de la gloria no le son unos sentimientos extraños; antes bien vale obrar en ellos con más vigor, como que siempre los sacrificios de las mujeres, sea el que fuere el objeto o causa por quien las hacen, son desinteresados, y parece que no buscan más recompensa de ellos, que la de que sean aceptadas. Por lo que a mi toca, sé decir que mis acciones y opiniones han sido siempre muy libres, nadie ha influido en ellas, y en este punto he obrado siempre con tal independencia, y un atender que las opiniones que han tenido las personas que he estimado. Me persuade que así serán todas las mujeres, exceptuando a las muy estúpidas y a las que por efecto de educación hayan contraído un habito servil” (Hernández Carballido, 1986).

Otra característica de la época fueron publicaciones dirigidas a mujeres como *El Águila Mexicana* y *El Iris* que aparecieron en 1826 y se especializaron en literatura:

Con el propósito de “ofrecer a las personas de buen gusto en general y en particular al bello sexo, una distracción agradable para aquellos momentos en que el espíritu se siente desfallecido bajo el peso de atenciones graves, o abrumado con el tedio que es consiguiente a una aplicación intensa o a la falta absoluta de ocupación” (*El Iris*, 4 de febrero, 1826).

Aún cuando más tarde empezaron a circular publicaciones exclusivas para mujeres, las realizaban en su totalidad hombres: ellos escribían, traducían y publicaban lo que a su juicio era lo apropiado para ellas.

Destacan aquí *El calendario de las señoritas mexicanas*, de María-nó Galván, 1838, destinado a la educación científica, moral y literaria de la mujer; *Presente amistoso* de Ignacio Cumplido, 1847 y 1851-1852, en donde sobresalían los apuntes descriptivos sobre la naturaleza escritos por Francisco Zarco y las composiciones en prosa o verso de Alejandro Arengo y Escandón, y *Panorama de las señoritas*, de Vicente García Torres, 1842.

Otra fue *La semana de las señoritas mexicanas*, de Juan R. Navarro, 1850-1852, en donde abundaron las traducciones de novelas y poemas, así

como diversas composiciones de escritores como Francisco González Bocanegra, Eufemio Romero y Vicente Segura.

Y *La semana de las señoritas* de Juan E. Navarro, 1851-1852, cuyo propósito era "recrear a sus lectoras" con anuncios de las últimas modas de París, artículos religiosos, históricos y novelescos, aspectos relacionados con la economía doméstica y anuncios publicitarios con productos como el bálsamo regenerador y conservador para embellecer el cutis.

Estas publicaciones contenían amenidades ligeras e instructivas y de calidad variable, con el principal objetivo de no inquietar a sus lectoras; los mismos editores aseguraban que querían más bien que sus periódicos fueran tildados de insípidos y no de inmorales (Ruiz Castañeda, 1956).

No obstante lo anterior, Elvira Hernández afirma que en México empezaba a conformarse un público integrado por mujeres con un nivel de educación superior, que protestaban y exigían.

Lo hacían principalmente por medio de cartas enviadas a la redacción de algunos periódicos como *La semana de las señoritas*, la publicación con un material didáctico y literario de mejor calidad producido también por mujeres escritoras.

Respecto a cómo empezaron las mujeres a colaborar directamente en los periódicos comenta:

"Si bien es cierto que el desdén demostrado por las mujeres hacia los periódicos dedicados a ellas, escritos exclusivamente por varones fue una causa importante para invitarlas a participar directamente en la creación de sus propias publicaciones, sería imperdonable pasar por alto a los editores y escritores que las alentaron para colaborar en sus diarios, facilitándoles la entrada en sus redacciones, publicando sus poemas y traducciones, permitiéndoles más tarde intervenir en diversas secciones, como las referentes a la economía doméstica y a las crónicas sociales" (Hernández Carballido, 1986).

Durante la segunda década del siglo XIX aparecieron varias publicaciones destinadas exclusivamente al público femenino, entre ellas pueden mencionarse: *El calendario de las señoritas mexicanas*, de Mariano Galván, y *Presente amistoso* dedicado a las señoritas mexicanas, de Ignacio Cumplido, estas y otras más se caracterizaron por insertar en sus páginas poemas, cuentos, adivinanzas, descripciones de la moda, recetas de cocina y artículos que destacaban la supuesta superioridad masculina y la natural debilidad femenina.

Fortino Ibarra de Anda asegura que su contenido motivó a las mujeres con mejor educación a crear sus propias publicaciones, las cuales fueron apoyadas también por hombres periodistas.

En 1873 fue la primera ocasión en que una mujer quedó como responsable, cuando la poetisa Ángela Lozano fundó con Manuel Acuña y otros escritores la revista para lectoras *El Búcaro*, ella se encargó de la parte literaria y de la administrativa un poeta de la época.

A finales del siglo XIX, en la capital de la República Mexicana surgieron publicaciones escritas por mujeres: *Las Hijas del Anáhuac* (1873), que inaugura la etapa del periodismo femenino en México; *El Álbum de la mujer* (1883-1890) y *El correo de las señoras* (1883-1394) que circularon por más tiempo, la primera siete años y la segunda una década, y *Las Violetas del Anáhuac* (1887-1889).

Este último semanario fue, en opinión de Elvira Hernández, el que abrió brecha para que las escritoras mexicanas empezaran a invadir el campo del periodismo nacional en todos sus géneros.

## **Del periodismo íntimo al social**

En el siglo XX siguen en circulación publicaciones femeninas, como *La Mujer moderna* (1904-1908) dirigida por Hermila Galindo, sin embargo es en 1910 al surgir el movimiento revolucionario que el proceso de la participación de las mujeres periodistas en México vive un cambio drástico.

Esta etapa la documenta Elvira Hernández en su tesis doctoral *La participación femenina en el periodismo nacional durante la revolución mexicana (1910-1917)*.

La revolución mexicana fue un parteaguas en el periodismo hecho por mujeres, su presencia en los escenarios informativos no fue constante pero tampoco efímera: empezaron a escribir sobre temas como la política y a encontrar espacios en los diarios de circulación nacional, sin abandonar su interés por denunciar la situación que vivían las mexicanas.

Desde entonces hasta los años setenta lucharon por obtener un lugar propio en los periódicos de información general. Lograr la designación como sujetas y protagonistas de la información fue una característica marcada la mayoría de veces por el sexismo.

A principios del siglo XX, en la información noticiosa las colaboraciones masculinas que hacían referencia a las mujeres tenían como origen el parentesco o la relación de ellas con un hombre, es decir eran esposas, acompañantes o hijas de un prominente político o un destacado escritor, por lo tanto no importaba identificarlas sino adjetivarlas, ya fuera por las circunstancias o por sus características físicas, jamás por su presencia como ciudadanas o profesionistas.

La sección de política era un espacio periodístico de absoluto dominio masculino; quienes producían información y hacían declaraciones eran hombres y las contadas ocasiones que se citó a las mujeres fue porque el caso se trató como insólito o anecdótico.

En relación con las mujeres, la mayoría de hombres periodistas mostraron una visión conservadora acerca de su vida, enfatizando su papel como madres, esposas e hijas.

*El Combate, El Demócrata, El Imparcial y El Mexicano* son ejemplo de ello, periódicos relacionados con los grupos dominantes cuya ideología

aún estaba muy identificada con el positivismo, filosofía que consideraba a las mujeres inferiores y limitadas al ámbito doméstico. Sus ensayos reiteraron esa visión e, incluso, los fundadores brindaron espacios periodísticos a mujeres con la certeza de que los sentimientos íntimos y las cuestiones del hogar eran temas propios para que ellas los abordaran.

Otras publicaciones fundadas por hombres, *Diario del Hogar* y *El Pueblo*, que se caracterizaron por su línea liberal y crítica, reconocían y aceptaban la emancipación femenina.

Por su parte, las mujeres periodistas aprovecharon la prensa para explicarse a sí mismas, como lo hicieron sus antecesoras en el siglo XIX:

“Hablaban de ellas para justificar y conformarse con el papel que ya se les había asignado socialmente, un ejemplo concreto fue El Hogar. Aunque también otras argumentaron que además de sus tareas domésticas y maternas podían llegar a ser algo más en la vida como se observa en La mujer mexicana y La mujer moderna. Cabe destacar que en su proceso de formación periodística en este periodo se dio un paso importante porque las mexicanas empezaron a fundar publicaciones para tratar un tema que no había sido abordado por ellas antes: la política. Fue así como *Vésper*, Juan Panadero, La Guillotina, La Voz de Juárez, Nueva Era y El Altruista analizaron las causas y consecuencias del movimiento social que les tocó presenciar” (Hernández Carballido, 2003).

Los temas que las mujeres periodistas abordaron fueron el ámbito doméstico, la belleza femenina, la vida cotidiana, moral social, educación, feminismo y política, también hicieron referencia al derecho al voto y los diarios fundados por hombres dieron primera plana al tema.

En los espacios periodísticos de las mujeres, Hermila Galindo, Juana Gutiérrez de Mendoza y Elisa Acuña hablaron en pro del sufragio femenino y la defensa por el acceso a la educación.

Al revisar los contenidos de once publicaciones de la etapa de la revolución mexicana, Elvira Hernández considera que las mujeres participaron en el periodismo nacional desde tres vertientes: la idea de ser mujer desde una posición tradicional; el feminismo como categoría básica de una lucha por el reconocimiento social y la emancipación femenina y los asuntos políticos como un tema que puso en sus manos el movimiento armado de 1910:

“Este último aspecto fue un nuevo tema tratado por las periodistas en un espacio público y representa un paso importante en el desarrollo de las mujeres en la prensa, porque lo que empezó desde la intimidad un gran movimiento social les dio la oportunidad de reconocer que ellas podían analizar, juzgar y debatir en temas más allá del espacio doméstico, que sólo les faltaba intentarlo. Y lo hicieron” (Hernández Carballido, 2003).

Fue un momento de nuestra historia en que las mujeres periodistas expresaron su propia condición buscando una identidad personal, un interés por autodefinirse y por describir lo que su limitado mundo les permitía vivir: tareas domésticas, arreglo personal, la relación de pareja y el cuidado de hijas e hijos.

Por ello, a este período Elvira Hernández lo define como íntimo.

“Al compartir su forma de vida en un espacio público la mayoría de ellas reiteraba su condición de opresión sin cuestionarla, reproduciendo valores y comportamientos. Poco a poco empezaron a ampliar sus temas, a agilizar su lenguaje y aprovechar no sólo los géneros literarios sino también los periodísticos, del poema y el relato de ficción pasaron a la crónica, al ensayo y al artículo. Al mismo tiempo mientras unas continuaron enfatizando las cualidades tradicionales asignadas al comportamiento femenino, otras más empezaron a cuestionarlo, ya fuera por intuición, educación o convicción” (2003).

En su opinión fue un proceso en el que las mujeres periodistas pasaron de la intimidad a lo colectivo, que les permitió ampliar su temática y tener la convicción de que podían abordar otros asuntos, opinar de sucesos que parecían ajenos a ellas e identificar que formaban parte del mundo social.

No obstante este avance, la preocupación por la condición social en que vivían quedó en segundo plano.

Luego de la lucha armada las publicaciones realizadas por mujeres tardaron aún en aparecer y fue hasta años después que empezaron a tener acceso a los diarios de información general. Con su participación una nueva etapa se abría en el periodismo de nuestro país.

## **Hagamos periodismo no sexista**

En los años setenta el primer diario en fomentar la participación de las mujeres en la información general fue *El Día*, fundado en 1962, bajo la dirección de Enrique Ramírez y Ramírez, de ideología socialista, en donde participaron María Luisa “La China” Mendoza y Adelina Zendejas, esta última con la columna *Ellas y la vida*.

Su aportación fue otro parteaguas en la historia de las periodistas mexicanas, pues rompió con algo que ya se había convertido en una costumbre, que las mujeres fueran asignadas a la sección de Sociales, a cualquier otra relacionada con su “condición de mujer” o a alguna que no tuviera importancia política o social.

Acerca de este momento habla Xochitl Andrea Sen Santos en su tesis de licenciatura *A la conquista de la información general. Las mujeres periodistas de El Día en la década de los setenta*, en donde sintetiza la experiencia de un grupo de periodistas que trabajaron en este periódico: Carmen

de la Vega Gamiz, Socorro Díaz Palacios, Teresa Gurza Orvañanos, Ernestina Hernández, Edith Jiménez Izundegui, Sara Lovera, Sara Moirón Ayala, Paz Muñoz Aguilar y Rosa María Valles Ruiz.

“Es importante mencionar que en la mayoría de los casos El Día representó para ellas no sólo el inicio de su carrera en el periodismo, sino también el ‘trampolín’ que las impulsó para seguir adelante en esta profesión, ya que la mayoría de ellas ingresaron en otros medios y lograron ascender, gracias a los conocimientos y experiencias obtenidas en este diario”

(Sen Santos, 1998).

Otra periodista destacada de este tiempo fue la feminista María Guerra, quien durante varios años se encargó de coordinar la página de la mujer en el periódico *El Día*.

A la par que las mujeres periodistas ganaban espacios en la prensa de circulación nacional, el movimiento feminista en México reconocía la importancia de insertar sus reflexiones en las publicaciones periodísticas, así como de tener un medio impreso que difundiera sus ideas.

Esto propició que en las décadas de los setenta y ochenta del siglo XX se fundaran revistas y se abrieran espacios feministas en distintas publicaciones: columnas, páginas y suplementos.

Hasta principios de los 70's, las publicaciones dirigidas a mujeres se encargaban de reproducir su rol tradicional recordándole a las lectoras sus obligaciones y responsabilidades, con sugerencias de formas modernas para cumplir su rol de madres, esposas y amas de casa; en varias de ellas se reprochaba incluso toda actitud liberadora de la mujer.

En este contexto, el feminismo llegó a la prensa en esa década con un discurso diferente al tradicional. De su aportación para dar una mirada diferente de la condición social que viven las mujeres habla la periodista Ma. Isabel Inclán Perea en su tesis para obtener la licenciatura *Doble Jornada un esfuerzo por informar y cuestionar la condición de las mujeres*:

“Algunas feministas reconocieron la importancia del quehacer periodístico y comenzaron a hablar de aborto, anticoncepción, violación, desigualdad social o cosificación sexual en las páginas de los diarios, temas que hasta ese momento no eran considerados periodísticos, ni de interés general”.

“Una parte del movimiento feminista comenzó a multiplicar sus esfuerzos, básicamente en las filas del periodismo, mediante la elaboración de artículos publicados en los diarios o creando sus propias publicaciones. Se trataba de aprovechar el carácter masivo del periodismo y colocar en la mesa de debate los problemas de las mujeres que involucran a todos los miembros de nuestra sociedad” (1989).

Inició una fusión entre periodismo y feminismo que con el tiempo se fue haciendo cada vez más clara.

Por un lado, las periodistas tomaron conciencia de la situación de las mujeres y sus luchas y, por otro, las feministas comenzaron a difundir sus ideas en las páginas de los diarios o a través de sus propias publicaciones y a dar ejemplos con hechos reales de la opresión femenina.

Al respecto, Isabel Inclán cita los comentarios de la feminista Esperanza Brito de Martí, quien fue directora de la revista *fem*.

“En los 70’s era impresionante la cantidad de feministas que escribían en prensa: teníamos prácticamente cubiertos todos los periódicos y revistas y así nos leían más mujeres. Lo que no podíamos hacer era abandonar la prensa comercial y tradicional, teníamos que seguir incidiendo ahí para que más mujeres supieran lo que estábamos haciendo las feministas”.

Como parte del movimiento feminista de esos años, en las páginas editoriales, sociales y culturales de los diarios comenzó a publicarse información de los problemas y las luchas de las mujeres.

Brito señala que había cerca de 20 periodistas feministas repartidas en distintos periódicos: Marta Lamas en *El Universal*; Ma. Antonieta Rascón en *Excelsior*; Elena Urrutia en *unomásuno*; la misma Esperanza Brito en las páginas editoriales de *Novedades* y la revista semanal *Siempre!*, quien también colaboró en la revista *Kena*.

No obstante esta conquista de espacios periodísticos, para Isabel Inclán la participación de las mujeres feministas se dio de manera aislada, eran esfuerzos personales, no colectivos, lo cual favoreció el agotamiento de algunas.

También hubo publicaciones alternativas elaboradas por feministas que buscaron cubrir la ausencia de información de la condición social de las mujeres en los medios de comunicación y dar testimonio de sus luchas y logros.

Ejemplos de ello fueron las agencias de noticias *fempres*, IPS con su servicio Semla (Servicio de la Mujer Latinoamericana), Prensa Latina y ANN (Agencia Nueva Nicaragua).

A esta fusión entre periodismo y feminismo, Isabel Inclán la denomina “periodismo feminista”, el cual comenzó en México en 1976 y tenía como objetivo difundir los avances del movimiento feminista en nuestro país y el mundo.

“Poco a poco se ha constituido en una nueva forma de hacer periodismo, en la antítesis del periodismo sexista y ha recogido la experiencia de muchas mujeres, feministas o no, organizadas o no, pero que de alguna u otra forma son blanco directo de un sistema que se basa en la opresión y explotación de unos sobre otros, de unas sobre otras” (Inclán Perea, 1989).

Varios son los ejemplos, desde periódicos marginales como *La Revuelta*, del Colectivo La Revuelta, y *Nosotras*, del grupo Mujeres en Acción Sindical, hasta revistas como *fem*, la página de mujeres en el periódico *El Día* y el semanario político *La Unidad*.

Luego de ser reportera en *El Día* y *unomásuno*, editora del suplemento *Metrópoli* hasta marzo de 1989, coordinadora de la página dominical *La Mujer en el Mundo* y coordinadora de información de la agencia Cimacnoticias, Genoveva Flores compartió a Isabel Inclán su experiencia en el periodismo feminista:

“Tú puedes perforar una roca con una pequeña fisura que tengas, si le metes agua y luego la enfrías esa agua se dilata y rompe la roca, bueno, eso es un poquito el periodismo feminista; esa es la fisura que ya hemos hecho y que ha costado mucho trabajo pero que ya está ahí. En este sentido pienso que es un periodismo alternativo. Lo ideal sería un mundo igualitario en donde no fuese necesaria la página de mujeres, porque igual sería cabeza principal del diario la marcha del 8 de marzo, Día internacional de la Mujer, pero esto no es posible, menos en nuestro país.

“Pienso que el periodismo feminista es una muy buena punta de lanza, de alta calidad cuando se hace con responsabilidad que va abriendo los espacios. Yo pienso que si te abren diez líneas en un periódico como *El Heraldo*, hay que tomarlo, sea lo que sea” (1989).

Para Genoveva Flores un esfuerzo que hicieron las periodistas en *El Día* fue que buscaron que la información acerca de las mujeres apareciera no sólo en la página dominical, sino también en las páginas de información general del periódico.

Otra voz que recogió Isabel Inclán fue la de Berta Hiriart, trabajadora del arte, integrante del Colectivo La Revuelta (1975-1982), coordinadora de la página de mujeres de *El Día* (1986), directora de *fem* (1987) y corresponsal de la revista chilena *Mujer/fempress* desde 1985.

“Es un periodismo que toma en cuenta que la mitad del mundo está conformada por mujeres, está hecho a partir de una visión de ser mujer, de tener una historia, un quehacer particular, un modo de ver la vida, una experiencia que no es personal sino de género, colectiva. Esta nueva visión apenas comienza a ser considerada a base de estar dale y dale y dale, con esta especificidad”.

“Para hacer prensa feminista no basta ni ser mujer ni decir que tu espacio es de mujeres y para mujeres, sino que se necesita tener una visión que cuestiona cómo ha sido hasta ahora el devenir femenino y que propone transformaciones para que el mundo sea más justo,

para que la gente esté menos condicionada por su sexo a vivir ciertas experiencias, sino que la cuestión sea más pareja y más libre" (1989).

Por su parte, la antropóloga feminista Marta Lamas, quien se ha relacionado con el periodismo a través de sus artículos en diarios y revistas, explica lo que entiende por periodismo feminista:

"Es aquel que parte de una concepción feminista de la realidad y a partir de esa realidad analiza, crítica, hace crónica, reporta o denuncia. Hay un periodismo que habla de las mujeres y que apoya causas feministas: a veces es feminista pero otras se cae en el mujerismo. Falta la perspectiva feminista para asuntos que no sean de mujeres. Yo creo que el objetivo del periodismo feminista es justamente presentar esa visión alternativa de los hechos políticos y sociales y que su público debería ir más allá de las mujeres y de las feministas, y ser el público de los periódicos en general" (1989).

Para Lamas, la prensa feminista suele caer en la marginalidad, algunas veces al ser dirigida especialmente a las mujeres, otras, al no contar con suficientes recursos económicos, da como ejemplos "el caso de esfuerzos valiosos" como: *María liberación del pueblo* o *Esporádica*, que combaten el sexismo desde posiciones diferentes, dirigiéndose a sectores también diferentes pero utilizando un medio eficaz, la fotonovela y los dibujos.

Tras considerar que el único periodismo que ella ha hecho ha sido feminista, apunta:

"Empiezo primero en la revista *fem*, desde su arranque en 1976 hasta la fecha. Luego, cuando me invitaron a escribir por primera vez como editorialista de un periódico en 1977, en *El Universal*, quien me invitó fue Luis Javier Solana porque le interesaba tener una opinión fresca en la página editorial. Escribí semanalmente hasta principios de 1981, cuando me pasé al *unomásuno*, donde estuve hasta 1982. Después me fui a vivir a Barcelona y cuando regresé estaba ya en *La Jornada*, donde colaboré desde 1986".

También participó en el suplemento cultural *La jornada semanal*, donde tuvo con Leticia Cufre, Hortensia Moreno y Sara Seřchovich el espacio semanal *Diferencias*, luego vino el proyecto del suplemento mensual *Doble Jornada*. Uniendo su trayectoria como feminista, comunista y psicoanalista ha publicado en revistas como *La Guillotina* o *Nexos*, actualmente colabora en la revista semanal *Proceso* y es directora de la revista *Debate Feminista*.

Isabel Inclán señala que los principales ejemplos del periodismo feminista han sido: *La Revuelta*, primera época 1976-1978 y segunda época 1979-1983; revista *fem*, de 1976 a 2005; la página de mujeres de *El Día*, de 1982 a marzo de 1989; la revista latinoamericana *Mujer/fempress*, de 1981

a 2000; la página de mujeres en el semanario político *La Unidad* de 1987 a 1989; y el suplemento *Doble Jornada*, 1987 a 1998.

Como un esfuerzo por informar y cuestionar la condición de las mujeres, en el periódico *La Jornada* se publicó el suplemento *Doble Jornada*, bajo la dirección de la periodista Sara Lovera.

Un espacio periodístico mensual de 16 páginas que para Isabel Inclán se constituyó en un medio de difusión --en México y en América Latina-- de los acontecimientos relacionados con las mexicanas, sus formas de organización, sus luchas y sus vivencias.

Un año después de la fundación de *Doble Jornada*, se realizó el primer taller de periodismo feminista Hacia un periodismo no sexista convocado por este suplemento, *fem* y *Mujer/fempress*, en donde participaron alrededor de 30 mujeres y 4 hombres relacionados con la comunicación y el movimiento de mujeres, estudiantes, profesionistas y trabajadoras en general.

Como una forma de contribuir al cambio social y a la democratización de los medios de comunicación, en 1988 un grupo de periodistas feministas integrado por Sara Lovera López, Isabel Barranco Lagunas, Patricia Camacho, Yoloxóchitl Casas Chousal, Elvira Hernández Carballido, Josefina Hernández Téllez, María Isabel Inclán Perea, Paz Muñoz Aguilar y Perla Oropeza fundaron Comunicación e Información de la Mujer, AC (CIMAC).

La misión inicial de esta agencia de noticias multimedia fue generar y publicar información noticiosa sobre la condición social de las mujeres, asegurar que las y los periodistas incorporaran los derechos humanos de las mujeres en su trabajo cotidiano y promover a los medios como una herramienta de transformación educativa y social que sirviera como estrategia para que las organizaciones civiles transmitieran sus actividades, demandas y propuestas.

En 2011 esta misión cambió y actualmente CIMAC se define como una organización civil periodística especializada en la perspectiva de género y los derechos humanos, que busca hacer visible la condición social de las mujeres y las niñas, para que, en conjunto con periodistas, organizaciones ciudadanas, actoras y actores políticos y la academia, contribuyamos a la construcción de un periodismo con perspectiva de género y una sociedad igualitaria, justa y democrática.

Las características del periodismo feminista, de acuerdo con Isabel Inclán son:

1. Cuestiona la opresión y explotación hacia la mujer y plantea alternativas.
2. Difunde y analiza los avances del movimiento feminista y de mujeres.
3. No basa su actividad en una diferencia sexual.
4. No sólo está hecho por y para mujeres.
5. Ubica a los hechos en el contexto de una sociedad que condiciona las actividades y responsabilidades de hombres y mujeres según su sexo.

6. Denuncia todo tipo de discriminación y agresión contra las mujeres.
7. Reconoce la igualdad de capacidades entre los sexos a pesar de sus diferencias biológicas.

Pero sobre todo, concluye, es una forma de ver el mundo ubicando a mujeres y hombres en un plano de igualdad social y haciendo de lo personal algo político:

“No sólo es el ejercicio cotidiano dentro de un determinado espacio, para hablar de las mujeres, es también una ACTITUD que cualquier periodista, hombre o mujer, puede --y debe-- tomar frente a los hechos sociales. No importa la fuente de que se trate: deporte, cultura, política, sociales, economía o internacionales, lo que importa es adoptar esta nueva forma de hacer periodismo, en donde mujeres y hombres son protagonistas de los sucesos, en todos los ámbitos sociales” (1989).

### **Dominan las redacciones pero no mandan**

A finales del siglo XX y principios del XXI las mujeres periodistas empezaron a aparecer en todos los medios y en todas las fuentes, dejando el periodismo de ser una profesión sólo masculina.

Es una nueva realidad de la que es necesario hacer una recapitulación en varios aspectos: qué se ha ganado, qué se ha perdido y cuáles son los retos a futuro.

Con una historia joven en el periodismo, en México las mujeres periodistas buscan todos los días su lugar, con un acceso al poder y a la toma de decisiones aún limitado; situación que analiza la periodista e investigadora mexicana Rosa María Valles Ruiz, en su artículo *Mujeres periodistas: empoderamiento restringido*:

“Puede afirmarse que la conquista de la información general por la mujer periodista es un hecho en el inicio del siglo XXI. Sin embargo, la expresión de las mujeres en el periodismo de opinión es limitada al igual que los puestos directivos, situación de la que se infiere un empoderamiento restringido” (2006).

Citando a Margaret Shuler, Valles Ruiz identifica el empoderamiento como un proceso por medio del cual las mujeres incrementan su capacidad para configurar sus propias vidas y su entorno.

Es, por ello, una evolución en la concientización sobre sí mismas, en su estatus y en su eficacia en las interacciones sociales.

En el quehacer periodístico, el proceso de empoderamiento lo en-

tiende en primera instancia como el ingreso al propio medio y en una perspectiva mediata, como el ejercicio de los géneros de opinión y de la toma de decisiones.

“Es un hecho que las mujeres periodistas han conquistado ya el ámbito de la información general al lograr la cobertura de todo tipo de ‘fuentes’ como las políticas, las económicas, agrarias, educativas, pero los sitiales de mayor influencia como el artículo de fondo, la columna política o los puestos directivos aún no son para ellas. Siguen reservados para los periodistas hombres” (Valles Ruiz, 2006).

En el género de opinión, según revela la investigación de Josefina Hernández Téllez *Tras la huella de género en el discurso periodístico de opinión. El debate sobre el aborto*, de 2006, en temas como la reforma fiscal de 106 artículos publicados en los diarios *Reforma*, *El Universal* y *La Jornada* únicamente seis fueron escritos por mujeres y en la despenalización del aborto de las 87 opiniones escritas sólo catorce eran de mujeres.

Actualmente, en la ciudad de México, sólo dos mujeres dirigen un diario: Carmen Lira en *La Jornada* y Pilar Estandía en *El Financiero*.

Durante la celebración de la International Women Media Leaders Conference en Washington, en marzo de 2011, se presentó un estudio acerca de la situación de las mujeres periodistas en el mundo.

Una de las conclusiones del trabajo, realizado por la International Women’s Media Foundation, bajo la dirección de Carolyn Byerly, profesora de la Howard University, es que en un total de 522 medios de comunicación entrevistados de prensa, radio, televisión e Internet de 59 países se vio un aumento de las mujeres en los medios de comunicación en los últimos años, ocupando el 35 por ciento de los puestos de trabajo.

No obstante lo anterior, su mayor dificultad continúa siendo el acceso a los puestos de máxima responsabilidad con una representación del 27 por ciento, 15 puntos más que en 1995 cuando su presencia en altos puestos era del 12 por ciento.

Ser mujer y ser periodista en la primera época implicó atentar contra nosotras mismas, para ganarnos un lugar.

Así narra Irma Fuentes, reportera del diario *Novedades* en los años sesenta del siglo pasado, la situación que vivían las mujeres en el medio periodístico de su época:

“Yo le dije a mi amiga Bertha Fernández: si tú no exiges que te traten como a un varón te van a relegar, te van a tratar como a una dama. Y yo no quiero que me traten como una dama. Quiero que me traten como a un periodista” (Valles Ruiz, 2006).

Esta negación de pertenecer a un género y sin que ello implique menoscabo no ha cambiado hasta el día de hoy.

El estudio *La prensa diaria por dentro: mecanismos de transmisión de estereotipos de género en la prensa de información*, realizado en 2002 con mujeres periodistas de la agencia de noticias EFE y de los periódicos *El País*, *La Vanguardia*, *El Periódico de Catalunya* y *Avui* de España, explica como las reporteras viven en la actualidad esta dicotomía (Gallego, 2011).

Muchas de las periodistas observadas salvan esta contradictoria existencia --el del legítimo deseo de ser reconocidas profesionalmente "a pesar de ser mujeres"-- anulando en cierto sentido su pertenencia a un género mediante la estrategia de "ser una de ellos", se subraya en esta investigación, de la autoría de Joana Gallego, Elvira Altés, María Eugenia Melús, Jaume Soriano y María José Cantón.

Esta forma de actuar comprende la interiorización de diversos presupuestos:

1. Un medio que refleja el devenir de los acontecimientos del ámbito público ignora a la mitad de la población en virtud del principio de división entre lo público/masculino y lo privado/femenino.
2. Lo profesional es informar desde la distancia, evitando implicarse ideológica o personalmente.
3. Lo objetivo es informar siempre desde el genérico masculino y lo subjetivo es ser mujer y defender temas sobre mujeres.
4. Aquello de lo que se informa es lo más importante de la realidad y no una de las muchas perspectivas (miradas) posibles que puede tener un acontecimiento, la perspectiva de género entre ellas.
5. Quien trata con los asuntos informativos "duros" es porque se le considera un buen profesional.

No reflejar de manera justa y equilibrada lo que ocurre con la mayoría de la población, que somos las mujeres, violenta dos derechos: el de ser informadas y su libertad de expresión, además refuerza desde lo simbólico la idea de que el mundo público no es un asunto de mujeres o donde las mujeres tengan que ver.

Que el periodismo del siglo XXI no haya revolucionado esta concepción de lo público, donde se reconozca a las mujeres como parte fundamental de la sociedad y los avances que hemos logrado, lo deja en un atraso y lo convierte además en un freno para la democracia y el respeto a los derechos humanos.

Por ello, si las mujeres periodistas queremos cambiar esta realidad "necesitamos construir audiencias que exijan información, que las áreas de comunicación incluyan la perspectiva de género en su trabajo cotidiano, que las universidades integren el género en la currícula como algo fundamental para las nuevas generaciones de periodismo y que las periodistas en activo dejen de actuar y sentirse solas" (Lagunes, 2011).

Con la participación de las mujeres inició una nueva etapa en el periodismo de nuestro país. Y, hoy, gracias a la lucha de las pioneras la puerta

está abierta para las periodistas mexicanas, en todas las fuentes y géneros en los medios de comunicación.

## Resumen

La lucha de las mujeres periodistas en México a través del tiempo, para ganar espacios periodísticos en la prensa nacional como fundadoras, directoras, colaboradoras, articulistas y reporteras ha sido larga y aún no está documentada en toda su magnitud. Falta mucho por investigar acerca de su paso en el periodismo nacional. Hay interés por el tema, pero todavía no se registran sus aportaciones con toda amplitud.

De la información que existe sobre la labor de las mujeres periodistas en México, se puede señalar que ha sido en cuatro etapas: las pioneras, del periodismo íntimo al social, el periodismo feminista y el periodismo actual que ha integrado la perspectiva de género en su trabajo informativo.

Este proceso inició en el siglo XIX, cuando las mexicanas comenzaron a figurar en el campo de las publicaciones como impresoras y editoras de libros, folletos y hojas informativas. Con composiciones poéticas, amparadas con seudónimos, anagramas o iniciales, las primeras colaboradoras en los periódicos aparecen en 1805. De esta época, se considera que una de las mujeres "precursora del periodismo femenino nacional" fue Leona Vicario. En las publicaciones destaca *Las Violetas del Anáhuac* (1887-1889), semanario que abrió brecha para que las escritoras mexicanas empezaran a invadir el campo del periodismo nacional en todos sus géneros.

Otra fue la situación que vivieron a principios del siglo XX, cuando las periodistas asalariadas aparecen con la revolución de 1910, lo que fue un parteaguas para ellas. Su presencia en los escenarios informativos no fue constante pero tampoco efímera. Sin abandonar su interés por denunciar la situación que vivían las mexicanas, empezaron a escribir sobre política y a encontrar espacios en los diarios de circulación nacional.

Desde entonces hasta los años setenta lucharon por obtener un lugar propio en los periódicos de información general. Lograr su designación como sujetas y protagonistas de la información fue una característica marcada la mayoría de veces por el sexismo. Una situación que aún prevalece, no obstante su participación masiva en los medios de comunicación.

## 2. Nuevas realidades para el tratamiento de las noticias

“Si el derecho a la comunicación indica que toda persona tiene derecho a expresarse, a ser escuchada, a ser reconocida, a ser proyectada con dignidad, a recibir información con base en la transparencia, la diversidad, la participación y la justicia social y económica, la Red de Investigadoras cree firmemente que la comunicación es un derecho humano esencial, extendible, para la ciudadanía plena de las mujeres. Y sólo ello hará posible el desarrollo y la paz del mundo”.

Red de Investigadoras por la Vida y la Libertad de las Mujeres  
(México, marzo de 2008)

Si bien los medios de comunicación son una fuente de conocimiento de las personas y agentes socializadores de representaciones sociales e identidades individuales, también son una lectura de la realidad que, de acuerdo con sus contenidos, programación y noticias, marcan la agenda política y social. Los medios presentan a las audiencias escenarios, temas y personajes que creen significativos en cada sociedad, de entre los cuales eligen aquellos que por razones económicas, políticas o sociales consideran dignos de ser sometidos a un seguimiento informativo regular. ¿Cómo son vistas las mujeres en los medios de comunicación? ¿Cuándo son sujetas de noticia y cuando son objeto de noticia? ¿Quiénes escriben sobre la condición social de las mujeres? El factor profesional, la llamada “cultura periodística” construida a partir de convenciones, métodos y rutinas establecidas, también influye en el diseño del contenido.

### El periodismo de hoy

Hace 50 años el periodismo se veía muy diferente a como se percibe hoy. Se trataba de una profesión de alto respeto y dignidad que jugaba un papel intelectual y político. La ejercía un grupo reducido de personas que obtenían el reconocimiento de sus sociedades. Ser periodista era ser una persona de importancia, admirada.

Comentaba lo anterior Ryszard Kapuscinski, en octubre de 2002, a quienes participaron en los trabajos del taller organizado por la Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNBI), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Fundación Proa en la ciudad de Buenos Aires.

De esta manera, el afamado periodista de origen polaco, autor de *El emperador*, *El Imperio*, *La guerra del fútbol*, *El Sha* y *Ébano*, entre otros libros, alertaba de la nueva realidad del ejercicio periodístico en los inicios

del nuevo siglo; advertía que, a diferencia de hace 50 años, quien hoy ejerce el periodismo es una persona anónima, que nadie conoce y mucho menos se sabe quién es.

Todo se debe al cambio más importante que sucedió en las rutinas de trabajo: el producto final que crea una o un trabajador de los medios masivos no es de su autoría, sino que constituye el resultado de una cadena de personas que participaron en la construcción de la noticia. Como consecuencia, en la profesión se perdió algo central: “el orgullo de lo personal”, un orgullo que implicaba también la responsabilidad del periodista por su trabajo.

Otro aspecto a tomarse en cuenta de esta nueva realidad es la relevancia de los medios de comunicación, que crece a medida que avanza el siglo. De ahí que quien ejerce como periodista se desarrollará en una civilización donde el ejercicio periodístico importará cada vez más por dos razones: porque es una profesión a través de la cual se puede manipular a la opinión pública y porque los mecanismos de los medios construyen un mundo virtual que reemplaza al mundo real.

“La manipulación de los modos en que piensa la gente, una práctica de enorme difusión, se emplea en numerosos sentidos y medidas. Ya no existe la censura como tal, con excepción de ciertos países; en su lugar, se utilizan otros mecanismos –que definen qué destacar, qué omitir, qué cambiar– para manipular de manera más sutil. Eso importa a los poderosos de este mundo, siempre tan atentos a los medios, porque así dominan la imagen que dan a conocer a la sociedad y operan sobre la mentalidad y la sensibilidad de las sociedades que gobiernan” (Kapuscinski, 2003).

En la segunda razón, “es valioso recordar que hasta 30 ó 40 años atrás mujeres y hombres conocíamos la historia que nos enseñaban en las escuelas y a través del relato de nuestras familias, dos vertientes que formaban parte de la memoria colectiva de las sociedades a las que pertenecíamos”.

Hoy, en cambio, con el desarrollo de los medios, “vivimos en un mundo donde la historia se ha vuelto doble, donde conviven dos historias simultáneas: aquella que aprendimos en la escuela y en la familia, de manera personal, y la que nos inculcan los medios, que fijamos –a veces subconscientemente– a través de la televisión, la radio y los métodos de distribución electrónica. El gran problema se presenta cuando, con el tiempo, esta acumulación de construcciones de los medios nos hace vivir cada vez menos en la historia real y cada vez más en la ficticia” (Kapuscinski, 2003).

Es la primera vez que la humanidad enfrenta un fenómeno cultural del que no sabemos cuáles podrán ser sus consecuencias.

“La revolución de los medios ha planteado el problema fundamental de cómo entender el mundo. Convertida en una nueva fuente de la historia, la pequeña pantalla del televisor elabora y relata versiones incompetentes y erróneas, que se imponen sin ser contrastadas con fuentes auténticas o documentos originales. Los medios se multiplican a una velocidad mucho mayor que los libros con saberes concretos y sólidos” (Kapuscinski, 2003).

Otro cambio que influye en el ejercicio periodístico actual es que la noticia se convirtió en un negocio.

“Nuestra profesión siempre se basó en la búsqueda de la verdad: el valor de la noticia o del texto era dar cuenta de la verdad. Muchas veces la información funcionó como un arma en la lucha política, por la influencia y por el poder. Pero hoy, tras el ingreso del gran capital a los medios masivos, ese valor fue reemplazado por la búsqueda de lo interesante o lo que se puede vender. Por verdadera que sea una información, carecerá de valor si no está en condiciones de interesar a un público que, por otro lado, es crecientemente caprichoso” (Kapuscinski, 2003).

Hoy en nuestro oficio no se investiga en busca de la verdad, sino con el fin de hallar acontecimientos sensacionales que puedan aparecer entre los títulos principales del medio.

Así, “una gran manada de trabajadores de los medios se mueve, como un grupo, de un lugar a otro del mundo, creando una brutal centralización de la noticia. Para competir entre sí los medios andan siempre en banda, como resultado de lo cual cada uno mira al otro y ninguno mira al mundo. De ahí que, si en el mundo ocurren varios acontecimientos a la vez, los medios sólo cubren un hecho: el que atrae a la gran manada” (Kapuscinski, 2003).

Un “gran equívoco” cuyo origen Kapuscinski lo explica de la siguiente forma: “A medida que su negocio se hacía más grande e importante, los medios empezaron a encerrarse en una vida propia y desvinculada de la realidad. Si antes la prensa tenía por fin reflejar el mundo, ahora los grandes medios se limitan a reflejar su mundo propio compitiendo entre ellos. Ya no les interesa tanto lo que sucede afuera, sino que los demás medios no se les adelanten, que no publiquen algo que ellos no tienen”.

En el caso de México, existe una “relación triangular y perversa” entre el poder político, el dinero que emana del erario y los medios de comunicación, en especial la televisión, un “Triángulo de las Bermudas” según el periodista y analista en medios de comunicación Jenaro Villamil y que “se vuelve más peligroso en tiempos de campaña electoral” (2007).

Al referirse a las elecciones presidenciales del 2006 en nuestro país —una de las contiendas electorales más reñidas de la historia reciente de México— dice que “esta relación se basa en un supuesto de mercadotecnia política que ha alterado la propia transición a la democracia y ha generado nuevos focos de autoritarismo: ‘Un político sin *rating* es un pobre político’. ¿Y cómo se obtiene ese *rating*? A través de la compra de tiempo-aire, vía *spots* o el pago de *infocomerciales*, en la pantalla televisiva”.

Dado que 98 por ciento de los hogares mexicanos tienen acceso a la pantalla comercial, se privilegia el *rating* que otorga la condición masiva de la televisión por encima de la credibilidad o de la comunicación política. La televisión en México controla 70 por ciento del gasto en publicidad a través de sólo dos compañías privadas, Televisa y TV Azteca, las que concentran 85 por ciento de las concesiones en televisión abierta.

“El costo de este supuesto es sumamente elevado en sus dos

vertientes: en dinero y en comunicación política. Un mercado tan monopolístico como el de la televisión mexicana les permite a los concesionarios poner la tarifa y determinar, de manera discrecional, los favores o beneficios de quienes acudan a ellos. Esto les ha otorgado un inmenso poder no sólo mediático. Las dos grandes televisoras determinan y modulan la agenda informativa y la agenda política, a partir de esta especie de subsidio indirecto que reciben de la élite gobernante” (Villamil, 2007).

Sin medios de comunicación democráticos no hay democracia. México tiene el triste mérito de haberse constituido en campeón regional con su duopolio Televisa-TV Azteca. Para la transformación democrática y la construcción de ciudadanía, es clave el papel que juegan los medios en una sociedad, de ahí que la concentración de los medios en pocas manos no sea un error cosmético sino una amenaza permanente contra la libertad de expresión y el derecho a la información (Ley de medios..., 2007).

### **Para muestra un botón**

Lograr un contrapeso en el quehacer periodístico es la función de CIMAC desde hace 21 años. En su agencia multimedia [www.cimacnoticias.com](http://www.cimacnoticias.com) elabora todos los días información periodística profesional desde un periodismo no sexista e invita a otras y otros profesionales de la comunicación a ejercer y especializarse en esta propuesta.

Como parte de nuestra misión nos hemos dado a la tarea de desarrollar monitoreos y observatorios de medios que proporcionen elementos para evidenciar su contenido mediático, al abordar temas relacionados con la condición social de las mujeres y la niñez y la forma cómo se reflejan en el periodismo mexicano.

¿Cómo son vistas las mujeres en los medios de comunicación? ¿Cuándo son sujetas de noticia y cuándo son objeto de noticia? ¿Quiénes escriben sobre la condición social de las mujeres? Cuando son mujeres las que escriben ¿sobre qué temas lo hacen?

Buscando contestar estas preguntas, en el contexto de la contienda electoral para elegir presidente en la República Mexicana, CIMAC realizó un observatorio de medios –de febrero a agosto de 2006– con el objetivo de elaborar un diagnóstico del tratamiento de la participación política de las mujeres en los periódicos de circulación nacional *La Jornada*, *El Universal*, *Reforma*, *Milenio* y *El Sol de México*.

Por lo anterior, lograr evidenciar la enorme inequidad de los medios de comunicación masiva acerca de cómo están tratando los temas de la condición social de las mujeres, así como su imagen política, continúa siendo un reto para CIMAC, por lo que en 2009 nuevamente realizamos un monitoreo de medios, cinco impresos y cinco páginas web, para evidenciar cómo son tratados los temas de la participación política de las mujeres en un año electoral para nuestro país, donde se elegirían a 500 diputados federales,

seis gobernadores estatales, 565 presidentes municipales y 434 legisladores estatales; es decir, se repartirían mil 472 puestos de elección popular.

Además, tendrían que acceder al menos 662 mujeres a puestos de elección popular, a los gobiernos y a las instancias donde se toman las decisiones. En 2011, la participación política de las mujeres en el Poder Legislativo no llegaba ni al 30 por ciento, pese a que la ley electoral federal estipula que las candidaturas a diputados y senadores sea de no más del 40 por ciento de un mismo sexo (Cimacnoticias, 17 de octubre de 2011).

Uno de los propósitos de este trabajo fue brindar herramientas de análisis en torno a los contenidos que los medios impresos transmiten y cómo reflejan la participación política femenina, además de promover la reflexión sobre las estrategias de comunicación que han desarrollado las propias políticas.

En el observatorio de 2006 se pudo detectar que una de las formas en que las mujeres aparecían en la Primera Plana fue en notas sensacionalistas, es decir, alcanzaron el estatus de portada de periódico cuando estaban involucradas en algún escándalo. La máxima de que el sexo vende siempre y cuando esté ligado con la presentación de mujeres en ropa interior, aunque parecería rebasada quedó comprobada, así como el sexismo en términos de doble lenguaje: haciendo alusiones sexuales o invisibilizando. En el plano de la política se encontró que Patricia Mercado, como única candidata mujer a la presidencia de la República y como fuente emisora, alcanzó únicamente doce notas de un total de aproximadamente mil quinientas que se revisaron en siete meses.

Otro de los resultados que debemos ponderar en este estudio es el asunto de los casos coyunturales que se presentaron en el periodo analizado, los cuales reafirmaron los estereotipos de género que reproduce la prensa, en donde las mujeres aparecen como víctimas, personas buenas o bellas (imagen física).

En el caso de la periodista Lydia Cacho trascendió su denuncia inicial de la existencia de la pederastia en México en el libro *Los demonios del Edén* para convertirse en un escándalo político, a partir de que los medios de comunicación dieron a conocer las grabaciones de las llamadas telefónicas de uno de los personajes involucrados (el empresario Kamel Nacif) con políticos en mandos de poder (el gobernador de Puebla, Mario Marín).

El hecho de su detención, en diciembre de 2005, pasó a segundo plano cuando se conocieron las grabaciones, sin embargo el nombre de Lydia Cacho fue la referencia obligada para hablar de los temas de pederastia, corrupción, tráfico de influencias y delincuencia organizada.

El otro asunto emblemático para la coyuntura fue la entrada de las fuerzas de seguridad al pueblo de Atenco, municipio cercano a la Ciudad de México donde sus habitantes tenían varios años en protesta por la construcción de un aeropuerto internacional en esta zona; éste cobró relevancia un día después del suceso —el 4 de mayo— cuando un grupo de mujeres mexicanas y extranjeras denunciaron abuso sexual y tortura de parte de la policía preventiva durante el operativo.

Es importante señalar que el tema sólo ocupó cuatro de los siete

meses monitoreados y que en las primeras planas tuvo más cobertura que el de Lydia Cacho y el de la candidata presidencial Patricia Mercado juntas, más por la denuncia de la actuación de la policía que por la defensa de los derechos humanos de las mujeres.

En el comparativo incluimos, como otro tema de coyuntura, el de Juana Barraza “La Mataviejitas” que, si bien no llegó a las primeras planas, en las de interiores alcanzó un número inusitadamente alto, lo que refuerza la premisa de que el escándalo en el cual se ven envueltas las mujeres las convierte en noticia, por la identidad femenina de la asesina, pues si la comparamos con otros casos de asesinatos en serie masculinos ocurridos en el mismo periodo éstos no tuvieron tanta resonancia en la prensa.

### **Imágenes distorsionadas de las mujeres**

Si bien los medios de comunicación, en el sentido más amplio del concepto, son fuente de conocimiento de las personas y agentes socializadores de representaciones sociales e identidades individuales, son también una lectura de la realidad que, de acuerdo con sus contenidos, programación y noticias, marcan la agenda política y social.

Al respecto, en *El sexo en la noticia. Reflexiones sobre el género en la información y recomendaciones de estilo*, se considera que los medios presentan a las audiencias los escenarios, temas y personajes que creen significativos en cada sociedad, de entre los cuales eligen aquellos que por razones económicas (ventas, expansión, audiencia), políticas (intereses y estrategias de grupos) o sociales (creencias, valores, tradiciones) consideran dignos de ser sometidos a un seguimiento informativo regular.

A estos factores se añade un cuarto supuesto “muy influyente en el diseño del contenido”: el profesional, la llamada “cultura periodística” construida a partir de convenciones, métodos y rutinas establecidas.

En opinión de las autoras, Marta Bach Arús, Elvira Altés Rufias, Joana Gallego Ayala, Marta Plujá Calderón y Monserrat Puig Mollet, estos factores “pueden ser determinantes a la hora de definir los contenidos concretos que no un supuesto –y perverso– cálculo político o empresarial”.

En este sentido, hoy más que nunca la información se ha convertido en una mercancía, y no cualquiera, porque además de producir dinero con sus contenidos mediáticos influye considerablemente en la realidad social que todas y todos compartimos (Priess, 2000).

En el gran teatro de la información de hoy existen nuevos y viejos escenarios, en donde el punto desde el cual se mira y la perspectiva que se adopta son una y no otra.

Así, “hay escenarios principales, frecuentemente iluminados por focos y escenarios que quedan en penumbra e incluso en la más absoluta oscuridad. Hay protagonistas que actúan en unos escenarios privilegiados por esta mirada informativa y otros que a duras penas consiguen atraer la

atención. Esta desigualdad afecta naturalmente a amplias y variadas realidades sociales, que quedan ensombrecidas a favor de otras que diariamente salen a la luz" (Bach Arús, Marta, et al, 2000).

Tradicionalmente, las mujeres estaban socializadas para ocupar espacios privados (mundo doméstico) y los hombres para espacios públicos (mundo exterior), un hecho que empezó a cambiar pero aún no llega a colocarnos en una situación de igualdad en relación con los hombres en la información periodística.

De ahí la importancia de analizar las diferencias de tratamiento que se perciben según sea el sexo del protagonista de la información y cómo esta diferencia de tratamiento puede ser comprendida, interiorizada y asumida por la sociedad y, por tanto, incorporada a nuestra escala de valores hasta el punto de afectar a nuestros hábitos cotidianos.

Las autoras de *El sexo en la noticia...* hacen una primera reflexión de género que podría explicar la ausencia de mujeres en espacios informativamente significativos en los medios de comunicación, como son los del mundo de la política y de la economía, dos secciones que "no son las más populares" pero gozan del respeto de la profesión y de una buena parte de la audiencia y que, en términos periodísticos, continúan siendo las más valoradas y prestigiosas dentro y fuera de las redacciones.

"A medida que la sociedad ha ido evolucionando, se han incorporando nuevos escenarios, como pueden ser el mundo de la cultura, del deporte o, más recientemente, del ocio. Estos nuevos espacios continúan siendo públicos, pero con la evolución social y de las costumbres, cada vez hay más espacio informativo destinado a hacer un seguimiento de las actuaciones personales, tanto en lugares públicos como privados" (Bach Arús, Marta, et al, 2000).

Ésta es la causa de que, al hablar de las diferentes secciones periodísticas, se encuentren más mujeres en los escenarios donde con frecuencia tienen lugar relaciones interpersonales como en las de Sociedad, Diversión y Ocio, Cultura y Espectáculo o en las actuaciones privadas, como en Gente y Comunicación.

A medida de que las mujeres se han ido incorporando a los escenarios públicos se ha incrementado y diversificado su aparición en los medios, sin embargo "todavía se está lejos de que estén presentes, en términos de paridad". Su tardía incorporación al mundo de lo público todavía afecta a sus posibilidades de ser líderes. Hay algunas que aparecen con mayor o menor frecuencia, pero todavía falta mucho para que lleguen a la pirámide de la jerarquía social.

Al gozar de menos representación en las altas esferas del poder político, económico, cultural y social, tienen menos posibilidades de ejercer los papeles protagonistas de la información, como actrices directas o como fuentes de información.

Finalmente, "la evolución de la sociedad, sus tradiciones y sus costumbres se alían con las prácticas productivas, los valores y las creencias propias de la profesión periodística, que consideran natural lo que no es

más que una construcción con la que periodistas, medios y público forman un sistema perfectamente sincronizado que se retroalimentan de manera continua” (Bach Arús, Marta, et al, 2000).

Los medios de comunicación siguen situados en la dicotomía de mujeres buenas y malas, víctimas y victimarias, no importa qué papel o rol ocupen –funcionarias, legisladoras o magistradas– la lógica es la misma, se las mira desde lo que tradicionalmente se le ha atribuido a lo femenino: sensibilidad, cariño, cuidado de otros y buena presentación.

Así, “se continúa creyendo, y se fomenta, que la misión fundamental de las mujeres es la maternidad, la familia, el amor, el servicio a los demás, la virtud. Ahora con un ingrediente más, la vida privada de toda mujer que viva en la esfera de lo público formará parte del escrutinio y será usada para derrocarla o para enaltecer su victimismo” (Bach Arús, Marta, et al, 2000).

Fue el caso de Rosario Robles, ex jefa de gobierno del Distrito Federal, cuando salió a la luz pública su relación con el empresario Carlos Ahumada; el de Dalia Pérez Castañeda, diputada local del Partido Revolucionario Institucional (PRI) en Veracruz, quien “saltó a la fama” en febrero de 2008 por su actuación en la película mexicana Chiles Xalapeños (realizada en 2006, antes de que ocupara el cargo) y que al darse a conocer se convirtió en un éxito de la piratería, o el de las dos diputadas del Partido de la Revolución Democrática (PRD) y una del Partido Alternativa que se convirtieron para los medios de comunicación mexicanos en “diputaiboles” luego de aceptar posar para una revista de caballeros.

Es ilustrativa en el tema la siguiente nota, publicada en octubre de 2007, en el periódico *El Universal*.

### **Sueñan sexypolíticas con los juegos de poder**

Mujeres deportistas quieren ser modelos, vedettes que buscan ser políticas y políticas que prefieren posar para revistas masculinas es parte de la versatilidad femenina que le pone un poco de gusto al mundo de la política.

Ana Paula Oliveira sedujo las canchas de fútbol con sus torneadas piernas y singular belleza, que unieron a muchos hinchas de equipos rivales para elogiarla.

Sandra García Ferro/eluniversal.com.mx,  
*El Universal*, Ciudad de México, jueves 25 de octubre de 2007

La política huele a perfume de mujeres que con vestido de noche, plumas y tacones altos le coquetean al poder, desfilan por pasillos electorales y se proyectan al mundo.

Esto es lo que han hecho las sexys y voluptuosas mujeres que

valiéndose de sus atributos incursionan en la escena política para ponerle un poco de humor, sentido o ambiente a los comicios en países como Brasil, Argentina, Italia o Estados Unidos.

### **Basta un “balón”**

Ana Paula Oliveira sedujo las canchas de futbol con sus torneadas piernas y singular belleza que unieron a muchos hinchas de equipos rivales para elogiarla.

A la juez de línea con mayor exhibición en los medios de comunicación, no sólo por su apariencia física sino por sus polémicas decisiones, le sacaron la tarjeta roja al decidir posar desnuda para la revista *Playboy*, en la que apareció en la portada en julio de 2007.

Sin embargo, la versatilidad de la brasileña va más allá de un campo de futbol, pues el fin de semana pasado ingresó al mundo de la política, afiliándose al Partido Comunista de Brasil (PcdoB) y dejando abierta la posibilidad para postularse a un cargo público.

Esta sexy morena busca estar más activa en su municipio Hortolandia, Sao Paulo, ayudando en proyectos sociales, aunque por el momento, a decir de ella, es muy temprano para hablar sobre si se lanzará como candidata en las elecciones municipales y regionales de 2008.

### **Por un país más sexy, Luli presidenta**

Pero la política se calienta aún más con Luciana Salazar, de quien se especuló fue uno más de los tantos amores del cantante Luis Miguel. La sobrina de Palito Ortega quiere tener un acercamiento virtual con la política, por lo que busca “candidatearse” en las nuevas elecciones argentinas, poniéndoles diversión tras argumentar: “Yo soy la única que puede hacerle frente y contrafrente a Cristina Kirchner. Hace falta un país más sexy y con glamour”.

Eso tal vez fue lo mismo que pensaron en 2005 Moria Casán, Ethel Rojo y Zulma Faiad, tres esculturales vedettes que lanzaron sus candidaturas a diputadas, decorando la escena política con plumas y tacones altos.

La rubia acaba de presentar las boletas de su partido, el Frente Luli Presidenta, lista XXX, además impulsa a bajar sus fotos y videos de la “presidenta más hot y gana la posibilidad de conocerla en un *back* de fotos”.

La vedette centra su propuesta en dar respuesta a los temas que más inquietan a los argentinos: salud, educación, justicia, igualdad de derechos y la no discriminación, mediante un portafolio en donde se la ve vestida para matar.

Al parecer la argentina quiere emular a Tania Derveaux, la joven belga que ofrecía sexo oral a cambio de votos para obtener un escaño en el Senado de Bélgica, sólo que su campaña parodiaba las ridículas promesas políticas que ofrecen miles de candidatos, quienes después de un tiempo sufren amnesia.

La candidata al Senado supo aprovechar al por mayor sus clases de marketing para atrapar la atención de millones de personas, sin embargo su partido, denominado *NO*, se quedó sin nada.

### **Campaña *hot***

Pero este tipo de calientes campañas nos hace recordar a la Ciccioletta, quien comenzó su carrera política en 1979 cuando fue cabeza de lista del primer partido ecologista italiano, Lista del Sole. Pero su verdadero salto a la vida mediática se dio en 1987 cuando fue elegida diputada por el Partido Radical italiano.

Ana Ilona Staller, su verdadero nombre, actriz porno de origen húngaro, presentó polémicos proyectos como la creación de un Instituto de Parques y Hoteles de Amor, la reapertura de las casas de citas y la introducción del estudio de la sexualidad en las escuelas. Ya sin inmunidad parlamentaria, en 1990, cuando estaba por comenzar la Guerra del Golfo, le envió una carta a Saddam Hussein ofreciéndose como rehén a cambio de la paz en Medio Oriente. En abril de 2006 "Ciccio" renovaba su ofrecimiento pero ahora a uno de los terroristas más buscados, Bin Laden, a cambio de concluir su tiranía.

### **La rival del *Governator***

A estos casos se suma Mary Ellen Cook, mejor conocida como Mary Carey, actual actriz porno de 27 años de edad, nacida en Cleveland, Ohio, quien fue demandada en 2006 por la cantante Mariah Carey para evitar que registrara su nombre artístico y frenar confusiones, se lanzó como candidata a gobernadora de California en 2003, cargo que le ganó Arnold Schwarzenegger.

Por obvias razones, el programa electoral de Carey incluía propuestas inusuales tales como gravar los implantes de silicón y el arranque de un programa "Porno por pistolas", el cual tenía el objetivo de retirar las armas de las calles.

La voluptuosa candidata logró ubicarse en la décima posición de 135 candidatos y algunos puntos de su plataforma política eran: Legalizar matrimonios del mismo sexo, hacer el *lap-dance* deducible de impuestos, alambicar la mansión del gobernador de California con *web-cams*, permitir que los bares estuvieran abiertos desde las cuatro de la mañana, luchar contra los ataques de la industria pornográfica, controlar epidemia del VIH y ayudar al sistema penitenciario, entre otros.

### **El mundo al revés**

Y mientras unas quieren obtener un cargo público, algunas políticas mexicanas prefieren el modelaje en sus ratos libres. El 2006 fue el año de las perredistas Lorena Villavicencio y Alejandra Barrales, así como Brenda Arenas

del Partido Alternativa, cuyas ajustadas blusas, pequeñas faldas, *baby-doll* y hasta corsé fueron algunas prendas que envolvieron los cuerpos de estas tres mujeres que lucían mejor que en sesiones legislativas. Las imágenes publicadas en la revista *H* dieron, sin duda alguna, un giro de 360 grados a la vida de estas sexys féminas.

## Los medios, una lectura de la realidad

A través de los mensajes emitidos en forma de noticia, los medios de comunicación señalan aquello de lo cual nos debemos ocupar, propiciando corrientes de opinión en el imaginario colectivo que llega a legitimar acciones, personajes, fenómenos y políticas. En México, la guerra contra el crimen organizado es un ejemplo de lo que se coloca en la agenda social de manera contundente (Lagunes, 2008).

Con el actual gobierno federal panista la población mexicana vive en el miedo desde los primeros meses del 2007 hasta el día de hoy, toda la ciudadanía sabe de los crímenes, ajustes de cuentas y detenciones. El mensaje que se ha colocado en el imaginario colectivo es que estamos en la indefensión y sólo la acción militar y policiaca nos salvará.

Es una política mediática que alimenta la zozobra y la incertidumbre y que permite que el Ejecutivo Federal pueda justificar la militarización del país.

Cuando hablamos de violencia contra las mujeres el análisis puede ser todavía más profundo. En la última década, uno de los temas que se ha colocado dentro de la agenda de los medios de comunicación en México es la violencia en el hogar, la violencia de pareja (Lagunes, 2008).

Al sobre-exponer la violencia familiar se opacan otros tipos y modalidades de violencia de género –laboral, docente, hostigamiento y acoso sexual, en la comunidad, institucional, feminicida– tipificadas en la Ley General de Acceso para las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, promulgada en 2007. Esta concentración en una sola modalidad incluye, además, la concentración en la violencia física y poco se habla de las otras modalidades, como la psicológica, patrimonial, económica y sexual.

De acuerdo con el *Decálogo para medios de comunicación “Los mitos de la violencia”*, desarrollado por la periodista española Monserrat Puig, los malos tratos a mujeres han llamado poderosamente la atención de los medios de comunicación y aparecen frecuentemente en las noticias. La información que se da no siempre es satisfactoria y a menudo se presenta con cierto sensacionalismo o cierta torpeza.

La violencia feminicida, que en algunos casos de violación reiterada a los derechos humanos de las mujeres produce un asesinato, se vanaliza y es tan reiterada y superficial que ha dejado de conmover a la opinión pública.

Vanalizar la violencia que se ejerce contra las mujeres en la sociedad y el Estado es una de las consecuencias de la falta de rigor y profundidad en la investigación periodística. Por ello, es necesario tomar en cuenta

la forma en que repercute la información al crear opinión pública. Es muy importante que, la que se refiere a violencia de género, además de informar, sea expresión de condena de la sociedad a los malos tratos (CIMAC, 2006).

La violencia de género es un problema complejo. Las noticias sobre la violencia contra las mujeres deben reflejarlo y comprometerse a colaborar en la erradicación de estas prácticas misóginas y lacerantes para todas las mujeres.

Luego de revisar algunos documentos y propuestas de varias instancias nacionales e internacionales, y a partir de nuestra práctica cotidiana, en CIMAC creemos que la forma de trato de las noticias sobre violencia de género es muy amplia y se diría que el periodismo occidental tiene una enorme semejanza en su manejo. Debemos decir que, sólo en cuestiones de matiz, cultura o lenguajes, hay diferencias, pero en general los medios de comunicación universalmente tratan con torpeza e ignorancia, sensacionalismo y prejuicio a la violencia de género (2006).

Es responsabilidad de todas las personas contribuir a la eliminación de este gravísimo problema social, expresión extrema de la discriminación, exclusión y opresión de las mujeres.

A pesar de que la violencia de género o violencia contra las mujeres no es un problema nuevo, su presencia ocupa un espacio visible en los diarios y en los noticiarios. Nombrar el fenómeno es algo realmente reciente, debido a la progresiva toma de conciencia de la sociedad sobre la gravedad de la violencia feminicida y el decidido posicionamiento de los medios de comunicación, como consecuencia de su desarrollo tecnológico (CIMAC, 2006).

Los asesinatos de mujeres en Ciudad Juárez, en Chihuahua y en otras muchas entidades del país han ocupado espacios en los medios frecuentemente y en forma reiterada, pero sólo con el propósito de ir llevando una cuenta de los decesos, sin profundizar o recoger opiniones sin discriminar.

Las informaciones alrededor del feminicidio en la frontera con Estados Unidos o en México parecen más interesadas en encontrar un motivo preciso, como narcotráfico, delincuencia organizada, aparición de asesinos seriales o maridos ofensivos, que trascender esa apariencia. En general, no se analiza al entorno social en que se desarrollan y en donde vivimos las mujeres. Las noticias empiezan a ser burocráticas y repetitivas.

Desde CIMAC reiteramos que los medios de comunicación son poderosos conductores de imágenes y perfiles humanos, tienen repercusión y crean opinión pública; pero también pueden generar reacciones negativas, de rechazo e indiferencia. Una consecuencia del amarillismo.

Ligado a lo anterior, los medios mantienen una sobrerrepresentación de las mujeres como cuidadoras y servidoras, en papeles dependientes, no pagados y desvalorizados socialmente, cuyo efecto es el de mantener fijos los modelos de feminidad que perpetúan el mito de la servidumbre y la abnegación (Lagunes, 2008).

Así, hoy se presenta a la violencia contra las mujeres como un hecho aislado, sin relación con el contexto, como eventos que le ocurren a las mujeres de manera individual y no como un fenómeno social; al ver esta información en los medios de comunicación, pareciera que la violencia ocurre a mujeres que estuvieron en el lugar equivocado con la persona equivocada.

En relación con el agresor, la imagen es la de una persona enferma, atrapada por el vicio (consumo de alcohol y/o drogas) y por los celos, situaciones que le dan un motivo para ser violento sin asentar su responsabilidad en la agresión.

Al respecto, hay datos que demuestran lo contrario. La Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones dentro de los Hogares (Endireh), realizada en 2006, señala que en México 67 por ciento de las mujeres de 15 años y más han sufrido violencia en cualquiera de los siguientes contextos: comunitaria, familiar, patrimonial, escolar, laboral y de pareja.

En América Latina y el Caribe, el Banco Mundial estima que, según datos disponibles de 15 países, 69 por ciento de las mujeres ha sido objeto de abuso físico por parte de su pareja y 47 por ciento ha sido víctima de al menos un ataque sexual durante el transcurso de su vida (Bott, Sarah, et al, 2005).

En el quehacer periodístico diario, la violencia contra las mujeres continúa ubicándose en las secciones de policía o en medio del crimen y la delincuencia común, enviando el mensaje de que no se trata de un problema social o estructural que deba atenderse desde el ejercicio político, sino un problema individual, de bandas del crimen y la delincuencia que debe ser atendido por la policía, no por la sociedad.

Durante un periodo piloto de 13 días, en noviembre de 2007, CIMAC, junto con MUND Américas. Información en Demografía Global, realizó un observatorio en el que se revisaron todos los artículos de noticias y segmentos de los principales medios escritos de circulación nacional (*Reforma, El Universal, La Jornada, Nuevo Excélsior*) y los noticieros (matutino, mediodía, nocturno) de cuatro televisoras mexicanas (Televisa, TV Azteca, Once TV, Canal 40).

En los resultados se reporta que aun cuando a primera vista las mujeres están claramente presentes en los medios de México, impresos y electrónicos, y ha ido en aumento su aparición en otras esferas de la vida, continúa la visión tradicional de mostrarlas como adornos o "personas bien de la sociedad".

Para señalar cómo aparecen las mujeres en los medios de comunicación mexicanos se usaron dos tipos de filtros. En el primero, se aplicaron como "gancho" siete contenidos para dar seguimiento a las imágenes y perfiles de la mujer en los medios como fuentes y temas de noticias: violencia, participación política, derechos humanos, género, salud, educación, otros.

La violencia ocupó el primer lugar con 38.7 por ciento y la participación política el segundo con 14.2 por ciento.

El segundo se hizo con una minuciosa revisión de los segmentos de noticias y se desglosaron los siguientes contenidos: víctimas de violencia, líderes, participantes ciudadanas, funcionarias de gobierno, madres, víctima-

rias de otros, sin categorización clara.

En el caso de las cadenas Televisa y TV Azteca, las de mayor impacto en México y Centroamérica, en los segmentos de noticias relacionados con mujeres los resultados se inclinaron “de manera preocupante” hacia ellas como víctimas de violencia con 26 por ciento, “lo que refleja tanto el enfoque de las noticias por televisión hacia la violencia y las condiciones reales de violencia que sufren las mujeres en la sociedad mexicana”, señala el estudio.

Al mismo tiempo, más de 23 por ciento de los segmentos incluían o estaban enfocados en mujeres como líderes en la política, investigación, deportes, medios, cultura y organizaciones.

Al comparar las referencias diarias en la prensa se detectó que en la televisión es donde hay un enfoque mayor en imágenes y perfiles relacionados con mujeres, lo cual podría tener que ver con la demografía de lectores de periódicos en comparación con las audiencias televisivas.

De hecho, “los *ratings* divididos demográficamente corresponden a la dinámica de las noticias relacionadas a mujeres que encontramos tanto en Televisa como en TV Azteca, es decir, mientras el día progresa, las mujeres pasan de ser la mayoría de televidentes a menos de la mitad alrededor del atardecer, con cada vez menos menciones o enfoque sobre mujeres” (MUND Américas, 2007).

De acuerdo con el *Observatorio de Medios sobre la Niñez y Adolescencia*, realizado por la Agencia Mexicana de Noticias por los Derechos de la Infancia (AMNDI) e impulsado por CIMAC en 2007, se constató que la violencia sexual contra niñas, niños y adolescentes ocupó apenas cinco por ciento del total de ocho mil 535 notas monitoreadas.

Este trabajo reveló también que cuando se habla de abuso sexual los medios de comunicación utilizan distintos lenguajes dependiendo del sexo, cuando hablan de niñas se refieren a abuso sexual y en el caso de niños a pederastia.

Otro dato fue que en el tema de abuso sexual y explotación sexual en su gran mayoría se hace sin marcar fuente alguna, sólo en doce casos se menciona a las Procuradurías como fuentes principales.

La investigación detectó un panorama poco favorable hacia los temas relacionados con la igualdad o desigualdad de género. Además de los datos de 2007 se agregó un muestreo de medios realizado en 2006. En estos dos años se encontraron once notas, en un universo de más de once mil: cinco en 2007 y seis en 2006.

Lo que hoy tenemos es una discriminación brutal de las mujeres en los medios de comunicación. Es una realidad que violenta sus derechos humanos. No se les informa y no están representadas. Ante la concentración informativa, tanto en contenido como en propiedad, es necesaria la democracia en los medios de comunicación.

## Resumen

El periodismo de hoy vive nuevas realidades para el tratamiento de las noticias. Los medios de comunicación son un gran negocio que se ejerce en términos monopólicos, donde ya no interesa tanto lo que sucede afuera, sino la competencia entre ellos. Ésta es la causa de que no se investigue en busca de la verdad, sino con el fin de hallar acontecimientos sensacionales que puedan aparecer entre los títulos principales de su medio (*rating*). El producto final que crea la o el periodista es el resultado de una cadena de gente que participó en la formulación de la noticia, donde la o el trabajador importa cada vez menos. A esta inequidad se suma el procedimiento para manejar los temas de la condición social de las mujeres. Notas sensacionalistas, con mujeres que ocupan el primer lugar en la jerarquización informativa cuando aparecen involucradas en algún escándalo. Sexismo en términos de doble lenguaje: haciendo alusiones sexuales o invisibilizando a las protagonistas y con estereotipos de género.

Sólo en cuestiones de matiz, cultura o lenguajes hay diferencias. En general, la información se trata con torpeza e ignorancia, sensacionalismo y prejuicio. Hoy, los mecanismos de los medios construyen un mundo virtual, que reemplaza al mundo real, y su concentración en pocas manos se ha convertido en una amenaza a la libertad de expresión y al derecho a la información. De allí, la importancia de ponderar su papel para la transformación democrática y la construcción de ciudadanía.

Escrita en 1974, dos años después de que su autor recibió el Premio Nobel de Literatura, *El honor perdido de Katharina Blum* es una novela que no ha perdido la actualidad que en su momento la convirtió en un éxito espectacular; ese mismo año se vendieron doscientos mil ejemplares y se tradujo en poco tiempo a ocho lenguas distintas.

En ella, el escritor alemán Heinrich Böll, quien nació en Colonia en 1917 y falleció en 1985, muestra las consecuencias que los manejos y el eco de la prensa sensacionalista pueden tener en la vida de una persona: Katharina, acosada por un público ávido de sensaciones y dispuesto a creerse cualquier titular, cuanto más truculento mejor, llega hasta el extremo de cometer un crimen con impresionante sangre fría.

La protagonista, cuya historia está basada en un hecho real, no parece sentir ningún remordimiento después de haber disparado contra el periodista gráfico que, recurriendo a la manipulación, no dudó un sólo momento en destruir su vida privada. Mientras, difamaciones y calumnias se extienden en un caso como éste con mucha más facilidad que la verdad.

En la obra, Heinrich Böll se identifica con las víctimas de la llamada libertad de expresión. La tensión narrativa va creciendo en esta novela a medida que se develan los primitivos y a veces hasta crueles métodos con los que la prensa amarilla tergiversa impunemente los hechos, destruyendo con ello "la salud, el honor y el buen nombre de personas inocentes" que se convierten así en meros objetos de interés público.

Berta Vias Mahou

(Fragmento del prólogo de *El honor perdido de Katharina Blum*, El Mundo. Unidad Editorial, Colección Millenium, 1999).

# Ayuda de trabajo 1

Analiza en cualquier medio de comunicación las siguientes preguntas\*:

1. En las noticias, cinco o diez, dependiendo del medio, compara las entrevistas que aparecen como parte de las noticias principales del día, realizadas a mujeres y a hombres de alto rango en el gobierno o en la empresa privada. Contabilízalas, por ejemplo: X noticias incluyen entrevistas con funcionarias, X con funcionarios.
2. Si las noticias relacionadas con mujeres de alta jerarquía en gobierno o industria privada van acompañadas de fotos de las entrevistadas, compáralas con las noticias relacionadas con hombres que se acompañan con fotografías.
3. En la sección de negocios compara las entrevistas con consultoras en Finanzas, Gerencia, Economía y las que se hacen a consultores, gerentes, economistas.
4. Los artículos que incluyen entrevistas con ejecutivas o funcionarias:
  - ¿Tienen descripción física de las entrevistadas, como "la elegante ejecutiva", "la funcionaria vestía un conjunto de punto crema", "alta y delgada" o "de aspecto maternal"? A los ejecutivos, ¿se les describe de la misma manera?
5. Cuando se entrevista a una mujer:
  - ¿Se le nombra "la señora de Pérez" o la "señorita Pérez", en vez de Pérez o por su título profesional?
6. En la sección de cultura:
  - ¿Se incluyen comentarios críticos de obras escritas por mujeres y artículos de expertas en este renglón?
  - Compáralos con los que se hacen a obras escritas por hombres.
7. Analiza los artículos de casos de violencia:
  - ¿Cómo se cubre el caso?
  - ¿Aparecen las mujeres como víctimas?
  - ¿Prevalece la violencia de pareja como un hecho aislado que ocurre a las mujeres en lo individual?
  - ¿Cómo se presenta al agresor?
  - ¿En qué sección del diario aparece?

\* Manual *El abc de un periodismo no sexista*.  
Espacio para la igualdad. Fempress, Chile, 1996.

# Ayuda de trabajo 2

Enumera una lista de:

- Instancias, programas o centros universitarios de investigación de género.
- Organizaciones sociales de tu localidad y país.
- Instancias internacionales que trabajen el tema de género.

### 3. El discurso de los medios

“Si la ideología predominante en una sociedad es que la mujer debe quedarse en casa en vez de ser parte activa de la sociedad, es muy poco probable que los medios contradigan la ideología predominante al expresar problemáticas de las mujeres. Algunas veces los medios hasta pueden llegar a ignorar u ocultar los avances realizados por las mujeres en la vida pública”.

Margaret Gallagher  
(especialista en Género y Medios de comunicación)

Las noticias son una lectura de la realidad en donde intervienen varios factores. La información tendrá que cubrir las características de *noticiabilidad* que necesiten los medios de comunicación, es decir, que formen parte de su agenda. ¿Qué o quién tiene legitimidad para que los medios lo tome en cuenta y se convierta en fuente informativa? Un punto fundamental en la construcción de una noticia son las fuentes, quienes suministran los datos aportan la información desde su perspectiva, es decir, su visión de los hechos. ¿Es posible cambiar el sistema productivo de los medios y “hacer un espacio dentro del discurso mediático” que dé protagonismo a las acciones de las mujeres?

#### **Noticia, estructura informativa y fuentes**

Es ya un tópico admitir que las noticias no son un reflejo de la realidad, sino una representación de la misma, una reconstrucción (o construcción) de los acontecimientos en forma de discurso, resultado de varios factores entre los que se encuentran los procesos de selección llevados a cabo por periodistas, las condiciones de producción y los formatos de los medios. Así lo señala el manual *Estrategias de comunicación y visibilidad para las organizaciones de la sociedad civil*, editado por CIMAC en 2004, al exponer la mecánica de los medios de comunicación en la producción de noticias.

De acuerdo con las propias características, intereses y limitaciones, cada medio establece sus mecanismos, pero, aunque se trate de un periódico local, de un medio electrónico o de una agencia internacional, la producción de las noticias suele atravesar por cuatro etapas básicas: planificación, recopilación, selección y producción (CIMAC, 2004).

## **Planificación**

Es el momento en que las jefaturas de información se ponen de acuerdo con las y los periodistas que se encargarán de recoger las noticias al día siguiente. En la mayoría de los medios, aunque la jefatura entrega órdenes a sus periodistas, en algunos es posible que exista un espacio de diálogo, de negociación, entre los intereses y agendas de ambas partes. Este espacio es clave, pues es el momento en que se hace la primera valoración acerca de la importancia de los acontecimientos, es cuando se arma la agenda del día siguiente con base en el interés editorial de la empresa, aunque también es posible que exista la influencia de lo que las o los reporteros saben que ocurrirá en la jornada y consideran que es importante.

## **Recopilación**

Es cuando las y los reporteros salen a la calle a recabar información con base en la agenda (orden de trabajo) acordada con su medio. Aquí es importante tomar en cuenta las condiciones laborales de quienes ejercen el periodismo, normalmente tienen que acudir a tres, cuatro o cinco lugares en una misma jornada, y luego procesar la información que obtuvieron en sus redacciones o desde el lugar donde se encuentren.

## **Selección**

En este proceso participan básicamente las jefaturas de información y de redacción, pero también quien se encargó de recopilar la información. Es cuando se valora la información obtenida por varias vías: periodistas del medio y corresponsales, agencias de noticias, así como boletines, transcripciones y otros documentos que hayan sido enviados a la redacción.

## **Producción**

La nota, una vez aprobada, se escribe o se graba. La jefatura de redacción le asigna un espacio en alguna plana, sección o estructura del noticiario. La revisa un redactor (periódico, revista, web) o un productor (medios electrónicos), quien examina la estructura, redacción y ortografía, nuevamente valora la información, define el titular y entrega la nota a un editor, quien finalmente delimita el espacio que ocupará en el medio, y si considera necesario reducirá el contenido para ajustarlo al espacio seleccionado.

De estas cuatro etapas, en la selección la competencia –es decir, la pelea por el espacio– es dura, pues para que una noticia se publique se debe tener la certeza de su importancia no sólo para la persona que cubrió la información, todavía deberá luchar contra una enorme cantidad de noticias, en un proceso que será valorado por personas que no necesariamente compartirán la perspectiva de quien generó la información acerca de lo que es relevante (CIMAC, 2004).

Además de la nueva realidad para el tratamiento de la información expuesto por Ryszard Kapuscinski en el capítulo anterior, en la construcción de una noticia influyen varios elementos; dos de los más significativos son (Bach Arús, Marta, et al, 2000):

1. El criterio de lo que los medios de comunicación consideran noticia (el hecho noticioso) y la manera como la presentan (estructura informativa).
2. La elección de las personas, grupos e instituciones que son requeridas por la organización periodística para que aporten los datos (fuentes).

Un punto fundamental en la construcción de una noticia son las fuentes, ya que quien suministra los datos aporta la información desde su perspectiva, es decir, su visión de los hechos.

De ahí que sea de suma importancia “conocer el proceso de legitimación de las fuentes que se produce en los medios para entender por qué unas fuentes y unas visiones de los hechos tienen una entrada fluida en los medios y por qué otras se quedan al margen y solamente consiguen aparecer de una manera esporádica, más como una desviación que como una rutina” (Bach Arús, Marta, et al, 2000).

Pero, ¿qué o quién tiene legitimidad para que los medios las tomen en cuenta y se conviertan en fuente informativa?

En orden de importancia, los medios de comunicación colocan primero a las instituciones oficiales, “legitimadas como una fuente de discurso por los medios, de tal manera que sus datos y las personas que actúan como interlocutoras no suelen ser contrastadas por la organización periodística con otras voces”. Le siguen otras instancias, grupos o personas de la sociedad civil que, a diferencia de las anteriores, pretenden convertirse en fuentes informativas y para conseguirlo “tendrán que observar los requisitos y las demandas mediáticas (de los medios de comunicación) en un proceso que se irá retroalimentando” (Bach Arús, Marta, et al, 2000).

En este caso, y para que puedan ser tomadas en cuenta, sus informaciones tendrían que cubrir las características de *noticiabilidad* que necesitan los medios de comunicación, es decir, que formen parte de la agenda de los noticieros de prensa escrita, medios electrónicos (TV, radio, cable) o vía internet.

Frente a esta realidad, las organizaciones de la sociedad civil (OSC), que tienen como tarea aportar iniciativas, propuestas, trabajo comunitario y elementos para el cambio social y cultural, se hallan frente al reto, entre muchos otros, de romper el cerco que los distintos grupos de poder han establecido alrededor de los medios de comunicación masiva. Éstos permanecen hoy en pocas manos y responden generalmente a grupos de poder y sectores económicos que determinan qué y cómo informar.

De ahí que sea necesario que las OSC imaginen creativamente la

manera de “estar en los medios sin perderse” –convertirse en fuente informativa– de tal manera que se dé a conocer su palabra, inquietudes, hallazgos y propuestas a amplios grupos de la población y también las introduzcan de una manera objetiva, profesional, atractiva y constante “como una estrategia de presión política, de visibilidad y desde sus haceres” y puedan ir influyendo en el contenido y profundidad de los mensajes que transmiten los medios de comunicación (CIMAC, 2004).

A estas fuentes habría que agregar otras que poco se toman en cuenta: la academia y las instituciones internacionales, ambas con información actualizada y especialistas en temas varios.

En una primera etapa, los datos de estas instituciones, instancias, grupos o personas serán contrastados con otras, hasta que lleguen a formar parte de las fuentes habituales y queden legitimadas como una institución o personaje que aporta información solvente. Una noticia virtual que no se inscriba en el marco de este proceso de legitimación, difícilmente enlazará con los procedimientos rutinarios de la producción informativa (Bach Arús, Marta, et al, 2000).

### **Otros elementos a tomar en cuenta**

En esta interacción, entre suministradores de información para el discurso periodístico y el proceso de legitimación que otorga la organización periodística a la fuente, se “deslizan” otros elementos: personajes, personalidades y personas; lenguaje y estereotipos, y el componente de género de las fuentes. Uno de los criterios es el que otorga un plus de credibilidad a la persona que actúa como líder, ya sea de un movimiento social, una empresa o una institución.

“Nos podemos preguntar si el protagonismo femenino en la sociedad es tan pobre como el que podemos encontrar reflejado en la prensa y con seguridad la respuesta no se corresponde con el porcentaje citado. La participación de las mujeres en todos los ámbitos de la vida pública y social está muy por encima de este ridículo 11.88 por ciento. Si no aparecen más fuentes femeninas es como consecuencia de la superestructura jerárquica, tanto por lo que hace referencia a las empresas y a las instituciones como a los mismos criterios profesionales. Esta jerarquía oculta con frecuencia a las auténticas autoras de los trabajos o a las gestoras de proyectos, que están detrás de los que ostentan cargos directivos” (Bach Arús, Marta, et al, 2000).

Corroborra este análisis la especialista en género y medios de comunicación, Margaret Gallagher, autora del estudio *Oportunidades desiguales: El caso de las mujeres y los medios*, publicado por UNESCO en 1981, quien actualmente participa en la evaluación de la estrategia de comunicación de la Comisión Europea.

En una entrevista, publicada por Artemisa y difundida por la agencia de noticias Cimacnoticias, señala “Particularmente los medios al-

tamente comerciales tienen dificultades para hablar sobre las mujeres y los derechos de ellas de manera seria. A veces está relacionado con puntos de vista ideológicos muy específicos que posicionan a la mujer fuera de la esfera pública" (2009).

Un ejemplo de esta práctica en los medios fue un caso reciente en Israel, expone Gallagher, también integrante de un grupo de investigación que estudia la situación del empleo de mujeres y hombres en las noticias en los medios de comunicación en 66 países del mundo, patrocinado por la Fundación Internacional de las Mujeres en los Medios.

"Dos periódicos judíos extremadamente ortodoxos recientemente alteraron de manera digital una fotografía del gabinete del gobierno israelí electo en donde figuraban dos mujeres. Uno de ellos mostró la fotografía original con las dos mujeres, el otro las sustituyó por otros dos hombres. Estos cambios aparentemente estuvieron motivados por la creencia de que publicar imágenes femeninas es una ofensa a la modestia femenina".

Entre las causas principales de esta situación resaltan dos: el protagonista de la información por excelencia es un hombre, líder en su campo y con un discurso apropiado para ser interpretado por los medios, y las instancias de la realidad que afectan a las mujeres o los movimientos en donde ellas son protagonistas no suelen organizarse con criterios jerárquicos, de manera que los medios no encuentran siempre a la misma interlocutora, ni aporta la información en un formato adecuado para ser trasladada a un texto noticiable (Bach Arús, Marta, et al, 2000).

Esta cuestión se modifica cuando los medios de comunicación operan en un contexto donde los problemas de género e igualdad se toman con seriedad en un debate político. Si hay líderes políticos abiertos y consistentes en su compromiso con la igualdad de género, entonces hay más de una posibilidad de que esto se vea reflejado en el contenido informativo.

"Cuando este tipo de debate no está presente en un discurso político general, cuando la igualdad de género no es prioridad o simplemente se la trata por encima, las posibilidades son que estas problemáticas tiendan a ser ignoradas o trivializadas por los medios en general" (Gallagher, 2009).

En esta interacción con la organización periodística las fuentes trasladan su visión del tema a un discurso que incorpora la ideología, los estereotipos y el lenguaje de la institución que proporciona los datos.

"A nadie se le escapa que las fuentes iluminan aquellos aspectos que les interesa resaltar y ocultan aquellos elementos que les conviene dejar en la sombra, pero más allá de actitudes de ocultación voluntaria, las fuentes de información transmiten su propio código de significados, a partir del cual se explica la realidad, de manera que incrustado en su transmisión de los hechos, llevan incorporado el léxico, los clichés y la propia cosmovisión" (Bach Arús, Marta, et al, 2000).

Para estudiar los diferentes comportamientos de la audiencia en relación con la información que transmiten los medios se ha usado la agenda *setting*, también utilizada desde la década de los sesenta en campañas po-

líticas; esta agenda tuvo su primera aparición en 1968 bajo la investigación realizada por Maxwell McCombs y Shaw durante las elecciones presidenciales en Estados Unidos. En ella se afirma que los medios otorgan relevancia a unos determinados temas y ocultan otros, y de esta forma influyen en el público señalándole a qué asuntos habrá que prestarles más atención (CIMAC, 2004).

Básicamente, esta teoría es una vuelta a la consideración de los medios como todopoderosos, pero en este caso no porque manipulen a la gente sino porque marcan la "agenda" de temas sociales, es decir, en un mundo en el que toda la información nos llega a través de los medios, son quienes deciden la percepción de la realidad social en la gente.

El concepto de valor noticioso explica en parte porqué un evento se convierte en noticia mientras otros quedan ocultos al ojo del público.

"Las líneas en que se fundamenta la agenda *setting* están basadas en que los medios le indican a la audiencia sobre los temas acerca de los cuales deben pensar: atraen la atención de la audiencia hacia ciertos acontecimientos restándole importancia a otros. Detrás de esta tesis se sitúa el concepto de que la información es tanta que los medios no pueden dar cabida a toda. En consecuencia se impone una selección" (CIMAC, 2004).

Según Shaw esta agenda sostiene que como consecuencia de la acción de los periódicos, la televisión y los demás medios de información, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto elementos específicos de los escenarios públicos. La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los medios incluyen o excluyen de su propio contenido.

Acerca de la forma como operan los estereotipos en *El sexo en la noticia...* se hace una amplia explicación que se expone como sigue:

Tras definirlos como "construcciones lingüísticas que utilizan las metáforas, las metonimias (designar una cosa con el nombre de otra), los dichos y las adjetivaciones como recursos para apelar al repertorio de arquetipos que forman parte del imaginario social", habitualmente son modelos que se presentan en una doble vertiente, positiva y negativa.

La descripción de un estereotipo positivo proyecta una sombra negativa que recuerda a la persona la dualidad de la imagen (Bach Arús, Marta, et al, 2000).

Una dualidad clásica es la de la virgen y la "puta" y una de las elaboraciones misóginas más conocidas es la de la mujer como un ángel de pureza o como la incitadora del pecado. Este funcionamiento dicotómico en los estereotipos que afectan a las mujeres permite que, utilizando incluso un estereotipo positivo, el fondo del inconsciente los descodificará añadiéndole una contrapartida negativa.

La comparación dual también se puede producir a partir del estereotipo masculino, de manera que las características masculinas se definen en positivo y las femeninas en negativo. Un ejemplo de esto lo ilustra con un viejo axioma freudiano que asegura que los hombres son activos y las mu-

jerías pasivas, cuando se dice que los hombres son racionales y las mujeres emocionales o que la objetividad es masculina y la subjetividad femenina.

Entre los estereotipos de uso más frecuentes en la producción informativa están: ausencia de las mujeres en temas y como personas, convivencia de imágenes tradicionales con las nuevas versiones de feminidad, imágenes de las líderes desde la ambición y como supermujeres, uso de adjetivos masculinos que hacen referencia a competencia y fuerza y adjetivos femeninos que se asocian a la fragilidad, incompetencia y belleza y simplificaciones en temas como el maltrato: víctimas contra verdugos, "pobre víctima" o "maldito verdugo".

Aun cuando los estereotipos forman parte del imaginario social no son una reserva fija para hacer uso sin reflexión: son imágenes que van cambiando según las épocas y las situaciones históricas.

De ahí que "utilizar clichés que pertenecen al pasado o que resulten ofensivos para las personas contribuye a mantener la discriminación entre los diferentes colectivos y no favorece al objetivo al que tendría que aspirar el periodismo, que es aportar explicaciones significativas de las situaciones, de los acontecimientos y de las personas en su tránsito vital" (Bach Arús, Marta, et al, 2000).

En esta realidad, ¿es posible cambiar el sistema productivo de los medios y "hacerse un espacio dentro del discurso mediático" que dé el protagonismo a las acciones de las mujeres?

La única forma de estar presente como fuente es comprender el funcionamiento del proceso productivo de la información, lo cual quiere decir "presentar los temas como centros de interés mediático, darles forma de valores noticiables, pasar por el proceso de legitimación (aceptar convertirse en interlocutoras de los medios) y, por último, traducir la propia visión de los hechos a los estereotipos que circulan socialmente" (Bach Arús, Marta, et al, 2000).

Ante esto sucede que no siempre esta propuesta es aceptada por las organizaciones y los movimientos sociales donde trabajan las mujeres y en algunos casos las protagonistas no saben cómo hacer llegar su voz (ser voceras) a los medios de comunicación.

Y, desde la organización periodística, cuando la o el reportero entra en contacto con las fuentes, ya sea a través de un boletín o por iniciativa propia, no acostumbra preguntarse si el género puede modificar la información que están dando; si conseguirían la misma historia en el caso de que la diera la responsable real de un proyecto y no su jefe, si los datos tendrían una amplitud significativa desglosados por sexos o si la noticia aportaría más información a la audiencia incorporando opiniones de fuentes como las asociaciones profesionales integradas por mujeres o los institutos de las mujeres (Bach Arús, Marta, et al, 2000).

## ¿Responsabilidad para quién?

Desde sus distintos ámbitos, los medios de comunicación y las naciones deberían tener en cuenta la perspectiva de género.

“Si más del 50 por ciento de la población está formada por mujeres, es inadmisibles que los medios, que deberían reflejar la realidad mundial, ignoren la perspectiva que proviene de tener en cuenta las relaciones entre el género y las mujeres. Sin una perspectiva de género son, de hecho, discriminadores en la práctica” (Gallagher, 2009).

Es un hecho que la problemática de la mujer y sus reivindicaciones en los distintos campos sociales es incorporada hoy muchas veces por la industria cultural en términos informativos, argumentativos, polémicos y de ficción. Un teleteatro, un noticiero, un panel de debate televisivo o un artículo en la prensa escrita dan en su conjunto la impresión de “presencia”, de vigencia del tema en los medios masivos, se afirma en el Manual *El abc de un periodismo no sexista. Espacio para la igualdad*.

“Pero no es necesario esforzarse mucho para descubrir que todo es absorbido y ‘traducido’ por la lógica de esos medios; una lógica que busca, a su modo, efectos seductores, pasando todo por la distorsión del ‘espectáculo’, y que terminan por socavar la contundencia y la veracidad de las informaciones” (Fempres, 1996).

Así, eliminan el pasado histórico de las cuestiones relativas a la condición de las mujeres, borran el origen de los mensajes, disimulan las huellas de sus significados políticos, ideológicos y culturales, trastocan el contenido de los mensajes y los filtran desde las reglas de su propio lenguaje (adaptan a sus formas los mensajes). Puede haber información entonces, pero es imposible visualizar o distinguir los campos enunciativos, ni las biografías de quienes se enuncian.

Margaret Gallagher, de origen irlandés, habla desde su experiencia al participar en tres proyectos de monitoreo de medios de comunicación, a escala mundial, con este tema. Aunque, hasta ahora, los tres proyectos de monitoreo han mostrado resultados positivos en la mayoría de los indicadores medidos, el panorama general continúa siendo insatisfactorio y este progreso está bastante fragmentado:

“A esto se suma un crecimiento perturbador en la cantidad de contenido que abiertamente dota de sexo a las mujeres, dotación que con frecuencia se ‘vende’ como signo del ‘poder’ de la mujer. Las mujeres poderosas e independientes controlan su propia sexualidad y, por lo tanto, están completamente felices de desnudarse en televisión. Al mismo tiempo, la violencia sexual en contra de las mujeres sigue aumentando. De hecho, estos problemas se han convertido recientemente en el centro de preocupación y debate dentro de los gobiernos. Por lo tanto, la situación es un poco paradójica.

“Los resultados del proyecto realizado en 2005 demostraron que la abrumadora mayoría de los contenidos de los medios no se produce te-

niendo en cuenta la perspectiva de género. La mirada que predomina es la masculina. Dicho tema está relacionado con ideas profundamente impuestas acerca de quién y qué es importante, qué puntos de vista son importantes y así sucesivamente” (2009).

De ahí que la posibilidad de cambios a futuro no sea alentadora. “El primer proyecto de monitoreo mundial de los medios de 1995 mostró que las mujeres representaban 17 por ciento de las personas entrevistadas o presentadas en las noticias. Diez años más tarde esta cifra aumentó a 21 por ciento. A ese ritmo se podría llegar a la paridad en 30 ó 40 años. También necesitamos considerar medidas aún más detalladas como, por ejemplo, a qué personas femeninas o masculinas se invita a hablar de ese tema, el lugar que se le brinda a los puntos de vista y perspectiva de las mujeres, entre muchas cosas más. Si observamos los medios actualmente, creo que a la igualdad de género todavía le falta recorrer un largo camino” (Gallagher, 2009).

Respecto a la responsabilidad de las naciones en el trato de los medios de comunicación en el tema de género, las naciones deben hacerse cargo de las responsabilidades ya asumidas al ratificar la Convención de las Naciones Unidas acerca de la Eliminación de todas las Formas de Discriminación en contra de las Mujeres.

“Esto significa que hay que asegurar que la legislación nacional se ajuste a la Convención y que dicha legislación se implemente y monitoree. Si esto se cumpliera, y de manera seria, pronto sería visible que los medios, en términos de contratación y tratamiento de las mujeres en el contenido, deben ser incluidos en el proceso general de trabajar hacia la igualdad de género en la sociedad” (Gallagher, 2009).

En México todavía está pendiente una reforma de medios que tenga como principio la igualdad entre las mujeres y los hombres. Por ello, en marzo del 2008, la Red de Investigadoras por la Vida y la Libertad de las Mujeres presentó en el Senado de la República mexicana la propuesta de “Lineamientos y mecanismos para una legislación de medios de comunicación con perspectiva de género”.

La iniciativa forma parte del compromiso de la Red de impulsar procesos legislativos y promover políticas y acciones de gobierno, cuya finalidad es garantizar el acceso de las mujeres y las niñas a una vida libre de violencia y el respeto pleno de todos sus derechos humanos y ciudadanos, entre los que se encuentran: su acceso a la comunicación y la información, sin discriminación de ninguna índole y bajo ninguna circunstancia.

Con este compromiso se busca, también, coadyuvar en el avance democrático de la legislación sobre medios de comunicación (Red de investigadoras, 2008).

Integran la Red investigadoras que trabajan por la promoción de los derechos humanos de las mujeres en todo el país. El equipo coordinador lo encabezan las feministas Marcela Lagarde, Angélica de la Peña, Mayela García, Ángela Alfarache, Celia Aguilar, Paz López, Aimée Vega Montiel, Olga Bustos, Karime Suri y Patricia Castañeda.

La propuesta enumera un listado de principios y mecanismos para una legislación de medios mexicana que, con perspectiva de género, promueva la igualdad entre mujeres y hombres.

Se basa en los acuerdos internacionales firmados por México (especialmente con los acuerdos emanados de la IV Conferencia Mundial de la Mujer, realizada en Beijing en 1995, y los tratados aprobados en la Organización de las Naciones Unidas) y en un análisis de los marcos jurídicos nacionales como la Constitución (artículos, 1, 6 y 7), Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia y Ley General de Igualdad entre Mujeres y Hombres, entre otros que existen en la materia “que llaman a la necesidad de que la Ley de Medios promueva los derechos humanos de las mujeres y las niñas en nuestro país”.

Entre los principios se encuentran mandatar una educación para los medios, garantizar la libertad de recepción e impulsar la autorregulación con perspectiva de género, en este último señala:

“La Ley deberá fomentar, en la medida en que no atente contra la libertad de expresión, el desarrollo de directrices profesionales, códigos de conducta y otras formas de autorregulación que fomenten la presentación de imágenes no estereotipadas de las mujeres en los contenidos audiovisuales”.

Uno de los mecanismos que propone es la composición de un Órgano Regulador que deberá garantizar la paridad entre mujeres y hombres con suficiente experiencia profesional, y entre los criterios para otorgar una concesión y evaluar las concesiones de medios existentes resalta que la equidad en la comunicación requiere promover la pluralidad de los concesionarios (Red de investigadoras, 2008).

Por ello, al solicitar o evaluar una concesión, la Ley deberá promover que el solicitante garantice que pondrá a disposición de las audiencias una oferta de contenidos diversa que contemple los temas de la agenda de las mujeres y garantizar que dichas producciones sean destinadas al conocimiento sobre las problemáticas, demandas y perspectivas de las mujeres y las niñas, entre las que se encuentran su derecho a la integridad física, a una vida libre de violencia, a una vida sexual y reproductiva plena y sana, al trabajo y a conservar los ingresos, a poseer un patrimonio, a la educación, a la cultura, a la participación política, al acceso al poder, y los más importantes, a la vida y a la libertad.

Para regular los contenidos audiovisuales propone, además, dos instrumentos: un Consejo de los Derechos Comunicativos e Informativos de las Mujeres y las Niñas y un *Observatorio Mediático de los Derechos Humanos de las Mujeres y las Niñas*.

Al ser cuestionada acerca del papel de las instituciones donde se capacita a periodistas y a sus organizaciones profesionales, Margaret Gallagher subraya que esto es crucial y relevante, por ello es esencial que las y los estudiantes reciban estas ideas durante sus estudios y entrenamiento profesional (2009):

“Es verdaderamente impresionante cómo algunos planes de es-

tudio continúan ignorando la investigación realizada para documentar la exclusión de las mujeres en los medios y los problemas que esta investigación conlleva, en relación con la ética periodística o principios periodísticos básicos del equilibrio y la justicia. De la misma manera, es esencial que las asociaciones profesionales tomen el mando al poner estos problemas en los asuntos de sus reuniones y conferencias y que escriban acerca de los mismos”.

## **Resumen**

Las noticias son una reconstrucción o construcción de la realidad en forma de discurso. Algunos de los factores que intervienen en la construcción de una noticia son los procesos de selección de la información, las condiciones de producción y los formatos de los medios. El criterio de lo que los medios de comunicación consideran noticia (el hecho noticioso), la manera como la presentan (estructura informativa) y la elección de las fuentes son algunos de los elementos más significativos en la construcción de una noticia.

La abrumadora mayoría de los contenidos de los medios no se produce teniendo en cuenta la perspectiva de género. La mirada que predomina es la masculina. Un tema que está relacionado con ideas profundamente impuestas acerca de quién y qué es importante. Es en la interacción con la organización periodística donde las fuentes trasladan su visión del hecho o del tema a un discurso que incorpora la ideología, los estereotipos y el lenguaje de quien proporciona los datos. De ahí que sea de suma importancia conocer el proceso de legitimación de las fuentes que se produce en los medios, para entender por qué unas fuentes y unas visiones de los hechos tienen una entrada fluida y por qué otras se quedan al margen. Es una responsabilidad de las naciones el trato de los medios de comunicación en el tema de género, para ello deben asegurar que la legislación nacional se ajuste a los compromisos firmados en la Convención de las Naciones Unidas acerca de la Eliminación de todas las formas de Discriminación en contra de las Mujeres, además de vigilar que dicha legislación se lleve a cabo y se monitoree.

# Ayuda de trabajo 1\*

Analiza en un medio de comunicación las siguientes preguntas:

1. En la sección de opinión y/o editorial:
  - ¿Se publican columnas escritas por mujeres sobre todos los temas?  
¿Cuántos son escritos por mujeres y cuántos por hombres?
2. Entre los anuncios:
  - ¿Se incluyen algunos que explotan la sexualidad de la mujer?, por ejemplo: modelos en traje de baño para vender losas de piso, lavadoras, autos y otros artículos.
3. En las páginas principales del diario:
  - ¿Hay artículos sobre violencia doméstica, adelantos de la mujer en la sociedad o temas relacionados con la lucha por mayor equidad?
4. ¿Tiene el diario una sección dedicada a la mujer? ¿Incluye en ella sólo artículos de moda, comida y sociales?
5. En la sección de deportes:
  - ¿Hay una o más reporteras? ¿Se cubre el deporte femenino?
6. Si el periódico tiene mujeres en su gerencia editorial, compara su número en relación con cuántos hombres hay en la misma jerarquía.
7. ¿Utiliza el periódico un lenguaje inclusivo? Por ejemplo: ellas y ellos, niñez, mujeres y hombres, humanidad, población, además de utilizar los títulos de juezas, ingenieras, médicas, arquitectas, ministras.

\* Manual *El abc de un periodismo no sexista*. Espacio para la igualdad. Fempress, Chile, 1996.

## 4. La noticia no tiene sexo, tiene género

“El concepto de género es la categoría central de la teoría feminista. La noción de género surge a partir de la idea de que lo ‘femenino’ y lo ‘masculino’ no son hechos naturales o biológicos, sino construcciones culturales”.

Nuria Varela, *Feminismo para principiantes*

La perspectiva de género en la información es una herramienta que sirve para analizar y comprender las características que definen a las mujeres y a los hombres de manera específica, con sus similitudes y diferencias. Su aplicación requiere del uso de nuevos conceptos que, de no aplicarse de manera correcta, pueden generar confusión en el momento de formular una noticia. Es el caso de las palabras sexo y género que, aún cuando tienen significados distintos, se utilizan de manera indistinta como sinónimos. Las palabras tienen género (no sexo), mientras que los seres vivos tienen sexo (no género).

### **Precisiones de lenguaje**

Además de hacer visibles a las mujeres, realizar un periodismo con perspectiva de género tiene otras ventajas. Las consecuencias que se derivan de la socialización humana se convierten en una cuestión global, que sin excluir a nadie, sean mujeres sean hombres, resalta la asimetría debida al sistema social y cultural en el cual nos educamos. Ofrece también datos más completos y más profundos. Tiene en cuenta que la audiencia es plural y está formada por mujeres y por hombres, con diversas formas y concepciones del mundo. Y se aplica en cualquier ámbito informativo: político, social, económico, cultural o deportivo (Bach Arús, Marta, et al, 2000).

En CIMAC sabemos que el camino para lograr que los medios de comunicación muestren a las mujeres en el ejercicio de su ciudadanía, como sujetas y actoras de su proceso histórico, es aún largo. Por ello, creemos fundamental seguir abonando hacia la reflexión con las y los periodistas respecto al lenguaje que aplicamos cuando escribimos, producimos, transmitimos, comentamos u opinamos acerca de los acontecimientos de la vida cotidiana mediante el ejercicio periodístico.

Las siguientes son algunas precisiones de lenguaje que nos ayudarán a distinguir las diferencias de significado de algunas de las palabras que usamos.

La actual popularidad del término género ha hecho que la palabra se enrede cada vez más en la madeja de la indefinición, provocando una confusión en su uso en los medios de comunicación, tanto en los discursos cotidianos como en los “especializados”, al momento de analizar las diferencias entre mujeres y hombres.

En la ponencia *Feminismo y americanización. La hegemonía académica de gender*, presentada en el coloquio “La americanización de la modernidad. Descripciones, aproximaciones”, en la Facultad de Ciencias de la UNAM, en agosto de 2007, la feminista y antropóloga mexicana Marta Lamas explica el origen de esta confusión.

En castellano género no quiere decir lo mismo que *gender* en inglés. Mientras en español género es un término más amplio que se refiere a la clase, especie o tipo a la que pertenecen las cosas, a un grupo taxonómico, a los artículos o mercancías que son objeto de comercio e incluso a las telas, en inglés *gender* tiene una acepción restringida que apunta directamente a los sexos. Así decir en inglés “vamos a estudiar el *gender*” lleva implícito que se trata de algo relacionado con la diferencia sexual; decir lo mismo en castellano resulta confuso e impreciso para las personas no iniciadas.

En nuestra lengua, la connotación de género como cuestión relativa a la construcción de lo femenino y lo masculino sólo se entiende en función del género gramatical, y únicamente quienes están en antecedentes del debate teórico en las ciencias sociales comprenden la categoría género como: la simbolización o construcción cultural que alude a la diferencia sexual y la relación entre los sexos. A esto se agrega que en castellano las mujeres y los hombres se nombran como género masculino y género femenino, lo cual provoca mayor confusión cuando se habla de género.

Al proponer el feminismo el concepto de género, si no se toma en cuenta lo anterior es fácil caer en el error de que hablar de género o de perspectiva de género es lo mismo que referirse a las mujeres o a la perspectiva del sexo femenino. De hecho, en la actualidad gran cantidad de personas al hablar de género se refieren a las mujeres y en muchas ocasiones se sustituye mujeres por género (Lamas, 2007).

La utilización del término género aparece también como una forma de situarse en el debate teórico, de estar a la moda y de ostentar un discurso cultural moderno. Para algunas personas, hablar de género suena más neutral y objetivo que hablar de mujeres y menos incómodo que hablar de sexos.

Decir “cuestiones de género” para referirse a cuestiones de mujeres es un error: “Da la impresión de que se quiere imprimir seriedad al tema y quitarle la estridencia del reclamo feminista. Por todo esto, lo que tendría que ser solamente un concepto nuevo de las ciencias sociales acaba por usarse de manera errónea”. Este uso equívoco, ya muy extendido, ha redu-

cido el concepto género a un término asociado con el estudio de aspectos relativos a las mujeres. Y quienes creen que el empleo del término género les da más seriedad académica, dejan de referirse a mujeres y hombres como los dos sexos utilizando la expresión “los dos géneros” (Lamas, 2007).

Es importante señalar que el género, en su acepción de simbolización de la diferencia sexual (que se ha convertido en una desigualdad para las mujeres), afecta tanto a mujeres como a hombres y que la definición de feminidad se hace en contraste con la de masculinidad, por lo que género se refiere a aquellas áreas -tanto estructurales como ideológicas- que comprenden relaciones entre los sexos. De ahí que género sea un concepto relacional.

“Sabemos que el significado de las palabras no es inmutable, sino que se encuentra inevitablemente sujeto a los procesos culturales e históricos que impactan su uso. Los conceptos establecen una relación entre ideas; cuando éstas se modifican ellos también lo hacen. Pero los cambios no son tajantes ni se producen por decreto de un día para otro, por lo que suelen persistir las anteriores acepciones” (Lamas, 2007).

A raíz de ello, es común encontrar que distintos autores usan tanto la palabra como el concepto género de manera diferente, de acuerdo con sus tradiciones intelectuales, su formación o especialización. Además, en muchos textos se utiliza género como traducción de *gender*, olvidando que la acepción clásica anglosajona es sexo, como se mencionó antes en el texto de la investigadora Marta Lamas.

Lo significativo de esta reflexión es rescatar la importancia del concepto género para emplearlo en el análisis de las relaciones sociales entre los sexos.

“La información sobre las mujeres es necesariamente información sobre los hombres. No se trata de dos cuestiones que se puedan separar. Dada la confusión que se establece por la acepción tradicional del término género, una regla útil es tratar de hablar de las mujeres y los hombres como sexos y dejar el concepto género para referirse al conjunto de ideas, prescripciones y valoraciones sociales sobre lo femenino y lo masculino” (Lamas, 2007).

En el Manual *La perspectiva de género: una herramienta para construir equidad entre mujeres y hombres*, de la autoría de Marta Lamas (1997), se plantea cómo el proceso de constitución del género toma forma en un conjunto de prácticas, ideas, discursos y representaciones sociales que reglamentan y condicionan la conducta objetiva y subjetiva de las personas, atribuyendo características distintas a cada sexo.

Una construcción que está en la base de la división sexual del trabajo y la oposición privado/público es un eje estructural que articula las concepciones ideológicas de lo femenino y lo masculino. Analizar esta oposición nos lleva a comprobar el ingreso, cada día mayor, de las mujeres en ámbitos públicos, pero sin un movimiento similar de los hombres en ámbitos privados, éste es uno de los desequilibrios que afectan hoy al núcleo familiar (Lamas, 1997).

En esta división de género ante lo privado y lo público radica la gran dificultad para hacer realidad una ciudadanía igualitaria y democrática de mujeres y hombres.

El gran nudo del dilema igualitario radica en que como seres humanos las mujeres y los hombres somos iguales, pero como sexos somos diferentes. La moralidad de la ley radica en que debe ser válida para todos los sujetos racionales, pero su aspecto inmoral radica en que, al no reconocer la diferencia sexual, no es válida de la misma manera para las mujeres que para los hombres (Lamas, 1997).

## **Ubicarse en...**

La teoría de género abarca los planteamientos teóricos, metodológicos, filosóficos, éticos y políticos necesarios para comprender el complejo de relaciones de poder que determina la desigualdad entre mujeres y hombres: la condición de subordinación, dependencia y discriminación en que viven ellas y la condición de preponderancia paradigmática y a la vez enajenante de ellos (Cazés, 1998).

En *La perspectiva de género. Guía para diseñar, poner en marcha, dar seguimiento y evaluar proyectos de investigación y acciones públicas y civiles*, publicada por Conapo, se expone cómo a finales de la década de 1960, primero en la Psicología y luego en el conjunto de las ciencias sociales, se aceptó que el sexo es una referencia biológica sobre la que se construye la desigualdad social entre mujeres y hombres.

Fue cuando resultó necesario recurrir al término género para designar todo aquello que es construido por las sociedades en sus culturas para estructurar las relaciones entre los sexos, y casi en cuanto comenzó a circular la palabra género pareció volverse sinónimo de mujer, de lo referente a las mujeres, de lo necesario para las mujeres.

En virtud de que los primeros planteamientos de las reivindicaciones femeninas vinieron del feminismo, el término género se utilizó también para evadir la palabra feminismo que a algunas personas y entidades les evocaba posturas demasiado radicales. Así, en los discursos administrativos gubernamentales e internacionales comenzó a entenderse que cuando se habla de género se hace referencia a las mujeres y a algunas acciones tendientes a mejorar en algo las situaciones vividas por las mujeres.

Con las intervenciones intelectuales y políticas de las mujeres en el siglo pasado, como las de Alejandra Kollontai, Simone de Beauvoir y Eleanor Roosevelt, entre muchas otras, pronto quedó claro que en las disciplinas sociales se desarrolló una visión de la realidad, a la que se llamó teoría de género.

Ha sido en el contexto de los grandes conflictos bélicos de los últimos 160 años donde las mujeres iniciaron el reconocimiento de su propia condición histórica, desde una crítica de las creencias y formas de vida a las

que se han visto restringidas. En épocas más recientes este proceso se hizo notable, en un principio con los movimientos sufragistas donde las mujeres buscaban y obtenían el derecho a votar y ser electas a puestos de responsabilidad política en diferentes países.

Ya que el género abarca lo referente a las relaciones sociales basadas en la diferencia sexual, relaciones de poder cuya característica esencial es el dominio masculino, para la teoría de género es necesario enmarcar nuevas perspectivas y enfoques que permitan transformar los fundamentos de las relaciones entre mujeres y hombres. Se trata no sólo de mejorar algunas necesidades básicas sino de transformar la condición que oprime a las mujeres (Cazés, 1998).

De ahí que quienes han analizado con profundidad la estructura y la dinámica de las relaciones de género saben que en ellas no están involucradas únicamente las mujeres, y quienes han escrito sobre la condición y las situaciones de vida de las mujeres se han ocupado en igual medida de la condición masculina y de las situaciones de vida de los hombres.

A partir de las ideas de mujeres que en el siglo pasado analizaron lo fundamental de los universos femeninos, teorizaron sobre ellos y coadyuvaron a las búsquedas de las mujeres con importantes elementos intelectuales y políticos para sus movilizaciones modernas, el concepto género “no nos enfrenta a una problemática exclusiva de las mujeres” y “no se trata sólo de que alcancen mejores oportunidades o de que se incorporen a ámbitos de la vida social de los que han estado excluidas” (Cazés, 1998).

La teoría de género permite visualizar a las sociedades y a las culturas en su conjunto y por tanto a todos los sujetos que intervienen en sus procesos, mujeres y hombres, y es también el punto de partida para ubicarse en la perspectiva de género al emprender investigaciones y acciones de cambio: busca no sólo entender el mundo de las relaciones de género, sino también proceder a transformarlo.

## **Una nueva mirada**

En los medios de comunicación todavía domina el concepto sexo y las cuestiones de género, salvo honrosas excepciones, aún son escasas. En *El sexo en la noticia...* se analiza la presencia y ausencia de las mujeres en los medios y el desconcierto que hay en el periodismo actual en cuestiones de género, donde existe la inercia de tratar con desigualdad a las mujeres en la información periodística.

Al retomar la propuesta de la doctora en antropología y feminista mexicana Marcela Lagarde y de los Ríos, las autoras exponen que introducir la perspectiva de género en la información es una herramienta que sirve para analizar y comprender las características que definen a las mujeres y a los hombres de manera específica, como también las similitudes y diferencias.

En algunos casos el matiz aportado por la perspectiva de género

puede ser inapreciable, pero en otros resulta imprescindible para entender correctamente la información y darle su justo valor (Bach Arús, Marta, et al, 2000).

Si elaboramos una noticia sobre el número de personas encarceladas en España, por ejemplo, diremos que hay 44 mil 288. ¿Sería significativo para la información saber que hay cuatro mil 134 mujeres y 40 mil 154 hombres? ¿Nos dice algo esta cifra?

En otro caso, ¿sería importante saber que en el año 1998 murieron 114 personas asesinadas por su cónyuge? Y que, de ellas, 70 por ciento (91) fueron mujeres y 30 por ciento (23) hombres o que hasta octubre del año 2000 del total de 39 personas que murieron a mano de su cónyuge 34 fueron mujeres y cinco hombres.

Varias son las ventajas de usar la perspectiva de género en el ejercicio periodístico: abre un campo de actuación amplio que puede ensanchar el trabajo de interpretación y análisis de la sociedad, y es una nueva manera de mirar, de interpretar la realidad con otros ojos, de hacer posible que aparezcan otras visiones del mundo, ayudando a romper con las inercias profesionales, las rutinas establecidas y los dogmas no cuestionados.

“Ahora la sociedad demanda otro tipo de información. Ya no se trata de ofrecer ‘lo que pasa’, sino de que los medios de comunicación tienen que enfocar nuevas parcelas de la vida humana, ámbitos sociales nuevos sobre los que dirigir su interés. Nosotras proponemos una herramienta que puede serles útil para que esta mirada englobe a las mujeres y a los hombres sin ningún tipo de exclusión” (Bach Arús, Marta, et al, 2000).

## Resumen

El matiz aportado por la perspectiva de género resulta imprescindible para entender correctamente la información y darle su justo valor. Algunas precisiones de lenguaje nos ayudarán a distinguir las diferencias de significado de palabras que han surgido de la teoría de género y que cada vez usamos más en el trabajo periodístico. La actual popularidad del término género ha hecho que la palabra se enrede en la madeja de la indefinición, provocando una confusión en su uso en los medios de comunicación, al momento de analizar las diferencias entre mujeres y hombres.

Gran cantidad de personas al hablar de género se refieren a las mujeres y en muchas ocasiones se sustituye mujeres por género. Se ignora que en la lengua española la connotación de género, como cuestión relativa a la construcción de lo femenino y lo masculino sólo se entiende en función del género gramatical, y únicamente quienes están en antecedentes del debate teórico en las ciencias sociales comprenden la categoría género como “la simbolización o construcción cultural que alude a la diferencia sexual y la relación entre los sexos”. El uso de la perspectiva de género en la información es una herramienta que puede serles útil para que la mirada de quienes trabajan en los medios de comunicación englobe a mujeres y a hombres sin ningún tipo de exclusión.

## Del sexo al género...

Las palabras tienen género (no sexo), mientras que los seres vivos tienen sexo (no género), define Nuria Varela en *Feminismo para principiantes* y abunda en el tema con varios ejemplos.

La palabra género tiene en español los sentidos generales de "conjunto de seres establecido en función de características comunes" y "clase o tipo", ejemplo: "Hemos clasificado sus obras por géneros" o "Ese género de vida puede ser pernicioso para la salud". En gramática significa "propiedad de los sustantivos y de algunos pronombres por lo cual se clasifican en masculino, femenino y, en algunas, también en neutros", ejemplo: "El sustantivo 'mapa' es de género masculino". Para designar la condición orgánica, biológica, por la cual los seres vivos son femeninos o masculinos, debe emplearse el término sexo, ejemplo: "Las personas del sexo femenino adoptan una conducta diferente".

En inglés la voz *gender* se empleaba también hasta el siglo XVIII con el sentido de "clase o tipo" para el que el inglés actual refiere otros términos: *sort* o *class*. Además, se documenta desde hace mucho un uso traslaticio de *gender* como sinónimo de *sex*. Con el auge de los estudios feministas, en los años sesenta del siglo XX se comenzó a utilizar en el mundo anglosajón el término *gender* en el sentido de "sexo de un ser humano" desde el punto de vista específico de las diferencias sociales y culturales, en oposición a las biológicas, existentes entre mujeres y hombres.

Tal sentido técnico específico ha pasado del inglés a otras lenguas, entre ellas el español. Así pues, mientras que con la voz sexo se designa una categoría meramente orgánica, biológica, con el término género se ha venido aludiendo a una categoría sociocultural que implica diferencias o desigualdades de índole social, económica, política y laboral.

Los diccionarios subrayan principalmente la connotación biológica de la palabra sexo, manifestada por expresiones tales como relaciones sexuales o el sexo masculino. De acuerdo con este sentido, el vocablo sexo se refiere al sexo femenino o masculino y a los componentes biológicos que distinguen a la hembra del macho; el adjetivo sexual se relacionará con la anatomía y la fisiología. Esta definición no abarca ciertos aspectos esenciales de la conducta que no dependen de factores biológicos.

"Utilizaremos el término género para designar algunos de tales fenómenos psicológicos: así como cabe hablar del sexo masculino o femenino, también se puede aludir a la femineidad y la masculinidad sin hacer referencia alguna a la anatomía o a la fisiología. Así pues, si bien el sexo y el género se encuentran vinculados entre sí de modo inextricable en la mente popu-

lar, este estudio se propone, entre otros fines, confirmar que no existe una dependencia biunívoca e ineluctable entre ambas dimensiones (el sexo y el género) y que, por el contrario, su desarrollo puede tomar vías independientes” (Robert Stoller, 1968).

El primer propósito de los estudios de género o de la teoría feminista es demostrar el prejuicio de que la biología determina lo “femenino”, mientras que lo cultural o humano es una creación masculina.

Por género se entiende, como decía Simone de Beauvoir, “lo que la humanidad ha hecho con la hembra humana”. Es decir, todas las normas, obligaciones, comportamientos, pensamientos, capacidades y hasta carácter que se han exigido que tuvieran las mujeres por ser biológicamente mujeres. Género no es sinónimo de sexo. Cuando hablamos de sexo nos referimos a la biología, a las diferencias físicas entre los cuerpos de las mujeres y los hombres, y al hablar de género nos referimos a las normas y conductas asignadas a hombres y mujeres en función de su sexo.

Los géneros están jerarquizados: el masculino es el dominante y el femenino el subordinado.

# Ayuda de trabajo 1

Lee la lista de afirmaciones y señala con una G los contenidos que se refieren a género y con una S los que se refieren a sexo. Puedes aplicar este cuestionario a colegas periodistas y personas amigas. Encontrarás las respuestas al final de este capítulo.

1. Las mujeres “dan a luz” a las hijas y los hijos, los hombres no.
2. Las niñas son delicadas, los niños son toscos.
3. Entre los trabajadores agrícolas de la India, las mujeres reciben de 40 a 60 por ciento del salario que les corresponde a los hombres.
4. De la población mundial analfabeta 2/3 partes son mujeres y 1/3 son hombres.
5. Las mujeres pueden amamantar a los bebés, los hombres pueden alimentarlos con biberones.
6. En el antiguo Egipto, los hombres se quedaban en las casas tejiendo. Las mujeres manejaban los negocios de la familia. Las mujeres heredaban la propiedad y los hombres no.
7. La voz de los hombres cambia en la pubertad, la de las mujeres no.
8. Un estudio sobre 224 culturas reveló que en cinco de ellas los hombres se encargaban de cocinar y en 36 las mujeres construían solas las viviendas.
9. Del ingreso mundial las mujeres ganan 1/10 y los hombres 9/10.
10. A las madres les gusta cuidar a sus bebés, a los padres no tanto.

# Ayuda de trabajo 2

En una hoja de papel y de manera individual completa las siguientes frases. Cuando termines comenta tus respuestas en grupo.

1. Lo mejor de ser una mujer es...  
Lo mejor de ser un hombre es...
2. Una mujer nunca permitiría que un hombre...  
Un hombre nunca permitiría que una mujer...
3. Las mujeres rechazarían a otra mujer si...  
Los hombres rechazarían a otro hombre si...
4. Las mujeres serían elogiadas por mamá y papá si...  
Los hombres serían elogiados por mamá y papá si...
5. En casa, madre y padre de una niña le permiten...  
En casa, madre y padre de un niño le permiten...
6. En la escuela, las o los maestros esperan que las niñas traten a los niños como...  
En la escuela, las o los maestros esperan que los niños traten a las niñas como...
7. Mamá y papá esperan que sus hijas...  
Mamá y papá esperan que sus hijos...
8. Te burlarías de una joven si...  
Te burlarías de un joven si...
9. Los hombres realmente desean que las mujeres...  
Las mujeres realmente desean que los hombres...
10. Las mujeres sueñan ser...  
Los hombres sueñan ser...

# 5. Poner la A no basta

"...llegará un día en que el masculino genérico no reduzca el papel de la mujer, porque su presencia en la sociedad habrá cambiado hasta el punto de alterar el contenido de las palabras, aunque las palabras permanezcan en los libros y en nuestros labios para que podamos seguir entendiendo a las generaciones pasadas".

Álex Grijelmo, periodista español

Los estudios sobre lingüística y género concluyen que la lengua está sexistamente estructurada (se conoce como sexoglosia\*) y que debido al no paralelismo de los géneros gramaticales (lo que se llama asimetría lingüística) se le quita existencia y menosprecia a la mujer en el lenguaje. No obstante este reconocimiento, las feministas contemporáneas han llamado la atención respecto al verdadero problema que la ideología sexista impone por medio del lenguaje: la forma y el contexto en que se muestra la condición social de las mujeres. De ahí que la cuestión de fondo no sea, tan sólo, el uso del género gramatical masculino y el ocultamiento de la mujer en éste, sino que en este uso en apariencia inocente, se presenta una noticia y su contexto.

## El masculino genérico

Convencido de que la seducción puede ocultarse en una sola palabra y también diseminarse por todo un léxico, en su libro *La seducción de las palabras* Álex Grijelmo, quien formó parte de la redacción de *El País* como redactor jefe y responsable del "Libro de Estilo" además de quedar a cargo de la *Agencia EFE* en 2004, explica cómo se excluye a las mujeres en el lenguaje periodístico.

Una psicosis colectiva "que se da principalmente entre los varones y que tiende a suprimirlas (a las mujeres) del pensamiento mediante su eliminación en el lenguaje. No tanto en los cargos y las profesiones (ministra, médica...), en que poco a poco se impone la opción femenina, sino en los usos más ocultos de la expresión de las personas" (Grijelmo, 2007).

Este problema se puede atajar sin alterar la gramática, pues en su opinión, de ello no tiene la culpa el lenguaje sino su uso. Al empleo en deter-

\* Sexoglosia, término establecido por Buxó, 1988.

minadas frases, que reduce o elimina el papel de las mujeres en el lenguaje y en la sociedad, se le llama "salto semántico", lo que constituye un problema de sexismo, pero también una incorrección lingüística.

Basándose en el trabajo de Álvaro García Meseguer, investigador de lenguaje sexista, el salto semántico lo explica como la existencia de un deslizamiento lingüístico, un defecto sexista que "consiste en el uso de un genérico masculino que de pronto se convierte en masculino específico". Más que masculino específico, se entiende que el masculino implica y delimita a la totalidad. Se utiliza como lo universal, situación equívoca, pero que en su uso cotidiano ha perdido sentido y en ello evita ser cuestionado. Para entender esto da varios ejemplos.

"Los ingleses prefieren el té al café. También prefieren las mujeres rubias a las morenas". En el primer caso, "los ingleses" engloba a hombres y mujeres, pero en el segundo se convierte en una palabra masculina; simplemente han desaparecido las mujeres y se da el protagonismo de "los ingleses" y de la sociedad inglesa sólo a los hombres.

A veces el salto semántico no se produce desde el masculino genérico, sino incluso desde un nombre genérico expresado en femenino. Así lo muestra una nota publicada en *El País* el 10 de junio de 1996: "Seiscientas personas (el contexto precisa que se trata de hombres y mujeres)... Además, disponían de cuatro puntos para repostar (reponer provisiones, pertrechos, combustible) y del apoyo de esposas, novias y medio millar de voluntarios". Las "personas" (palabra del género femenino) sólo tenían "esposas y novias", al parecer no había esposos y novios, lo que excluye a las mujeres que tomaban parte en la carrera.

Igual sucede en la canción "Libertad sin ira", de Jarcha, símbolo de la transición española: "...Pero yo sólo he visto gente/que sufre y calla dolor y miedo,/gente que tan sólo pide/su pan, su hembra y la fiesta en paz".

Centenares, miles, millones de frases con todas esas intenciones ancladas en el sexismo masculino contribuyen cada día a cimentar la seducción general que proclama subliminalmente un papel inferior para las mujeres, una función secundaria en la sociedad.

"El habla acaba representando nuestro entorno, supone la más fiel descripción de cada uno de nosotros, refleja también la realidad. Si la mujer desaparece de una parte crucial del lenguaje que empleamos desaparecerá igualmente de la vida según la percibimos. Porque ese efecto saca a las mujeres del masculino genérico, que es tanto como sacarlas del género humano" (Grijelmo, 2007).

Cambiará la manera en que percibimos el masculino genérico conforme se modifique el reparto de papeles en la sociedad, pues cada día se engloban más mujeres en esas palabras colectivas donde caben tantos individuos: ejército, equipo, cuerpo de bomberos, alumnos o profesores.

"Tal vez cuando se alcance por fin el equilibrio en todos los ámbitos profesionales tomen conciencia los hablantes (y los periodistas y

escritores varones) de los usos discriminatorios en que a veces incurren. En ese tiempo se acabarán los sexismos relacionados con la lengua y la manera en que entendemos el masculino genérico. Tal vez también se extinga ese día el resto del machismo” (Grijelmo, 2007).

## **Sexismo lingüístico**

A partir de concebir a la lengua como un producto social donde existe una estrecha conexión entre el sexismo social y el sexismo lingüístico, la *Guía para un uso igualitario del lenguaje periodístico*, publicada por la Diputación de Málaga en 2006, explica que se incurre en sexismo lingüístico cuando las palabras o estructuras empleadas degradan o invisibilizan a las personas por razón de su sexo.

Las autoras, Concepción Ayala Castro, Susana Guerrero Salazar y Antonia Medina Guerra, abundan en el tema señalando que, no obstante esta afirmación, la designación de sexismo lingüístico sólo es aplicable en aquellos casos en los que la forma del mensaje resulta discriminatoria para uno de los sexos (normalmente el sexo discriminado ha sido el femenino) y cuando la discriminación se debe al contenido del mensaje, es decir a lo que se dice, se incurre en sexismo social.

En relación con el sexismo lingüístico una de las cuestiones más polémicas proviene de la confusión entre género y sexo, como ya se explicó en el capítulo anterior. La diferencia estriba en que en la lengua española el género es un rasgo gramatical inherente a determinadas palabras, que implican ideológicamente una construcción cultural, que estamos comprometidas en validar y dar existencia en el lenguaje. Mientras que el sexo es un rasgo biológico que poseen algunos seres vivos, por tanto aunque todos los sustantivos poseen género, no todos tienen como referencia extralingüística un ser animado macho o hembra (Ayala Castro, 2006).

En periódicos y revistas siguen reflejándose tópicos y estereotipos sexistas y se aprecia la falta de dominio de los recursos de los que dispone el español, para que –sin violentar las normas gramaticales– se evite la ambigüedad de ciertos mensajes y se manifieste la presencia de las mujeres en el discurso informativo.

Con el propósito de “no caer en más confusiones al usar el género gramatical”, la Guía propone una base general a tomar en cuenta para cuando se hable o escriba en el idioma español:

1. A pesar de que la terminación más común para el masculino es -o (libro) y para el femenino -a (libreta), esta regla no siempre se sigue, ya que hay sustantivos masculinos que terminan en -a (mapa) y sustantivos femeninos que terminan en -o (mano).
2. Cuando se trata de seres inanimados el género es convencional. De ahí que los sustantivos análisis y parálisis, aún teniendo la mis-

- ma terminación, posean géneros distintos –masculino y femenino respectivamente– lo cual se aprecia al coincidir con otras palabras: el (este, aquel...) análisis, la (esta, aquella...) parálisis.
3. La mayoría de los sustantivos que designan seres animados indican el género gramatical mediante una serie de terminaciones: Mientras para los sustantivos masculinos las más comunes son -o (hermano, chico, abogado, gato), -e (monje, nene, alcalde, conde) o consonante (marqués, concejal, señor, león), para los sustantivos femeninos la principal terminación es -a (chica, abogada, monja, gata), aunque hay un pequeño grupo que recibe otras desinencias como -triz (emperatriz), -isa (sacerdotisa), -esa (alcaldesa), -ina (gallina).
  4. Algunos sustantivos no tienen terminaciones como marca formal de género, sino que esta categoría gramatical se manifiesta mediante la oposición de palabras con distinta raíz: hombre/mujer, macho/hembra, padre/madre, padrino/madrina, yerno/nuera, caballo/yegua, toro/vaca, carnero/oveja.
  5. Existen otros sustantivos que son comunes en cuanto al género, es decir, que no presentan variación en su forma ni para el masculino ni para el femenino. En estos casos, el género gramatical lo marca la concordancia del artículo, determinante o adjetivo que los acompaña: el/la testigo, esta/esa cantante, periodista francesa/francés, astronauta español/española.
  6. Hay un grupo de sustantivos que designan seres animados, los cuales –con independencia del género gramatical que posean– pueden referirse tanto a seres de uno como de otro sexo. Así, aunque el sustantivo hormiga posee género gramatical femenino éste no se relaciona con el rasgo biológico sexo, salvo que se especifique si se trata de una hormiga macho o hembra. Lo mismo ocurre con otros muchos sustantivos como víbora (f), cuervo (m), bebé (m), cría (f), persona (f), personaje (m), criatura (f), entre otros.

En este último caso, las autoras de la Guía subrayan que “este tipo de nombres resulta muy adecuado para hacer alusión a los seres sin necesidad de atender a su condición sexuada”. Aquí la pregunta es, ¿por qué no hacer alusión a la condición sexuada?

En el lenguaje periodístico un hecho constante que se advierte es el abuso que se hace del género masculino atendiendo a que posee un valor que se cree engloba pero en realidad discrimina. Esto implica el olvido de otras opciones que posee la lengua española y que abarca ambos sexos.

Así, “usar sistemáticamente el masculino genérico (singular o plural), además de ocultar a la mujer, puede crear ambigüedad y confusión en muchos mensajes, lo que va en contra del espíritu informativo de los medios de comunicación” (Ayala Castro, 2006).

## Asimetrías en el lenguaje

El sentido universal, el masculino plural para ambos sexos, las mujeres como una categoría aparte y la designación asimétrica tanto en nombres y apellidos como en el tratamiento informativo, son algunas de las formas excluyentes del lenguaje periodístico (Ayala Castro, 2006).

Tradicionalmente se han utilizado las palabras hombre y hombres con un sentido universal, ocultando o desdibujando la presencia, las aportaciones y el protagonismo de las mujeres, de ahí la importancia de usar otras formas (Gothmann, 2001).

Ejemplo, en lugar de **hombre** puede utilizarse la **humanidad**, el **ser humano**, las **mujeres** y los **hombres** o las **personas**.

Otras opciones son cambiar los **derechos del hombre por los derechos humanos**; el **cuerpo del hombre** por el **cuerpo humano**; el **trabajo del hombre** por el **trabajo humano**, el **trabajo de las personas** por el **trabajo de mujeres y hombres**; la **rotonda de los hombres ilustres** por la **rotonda de las personas ilustres**.

Cuando se utiliza el masculino plural en ambos sexos se introduce la ambigüedad en el mensaje en perjuicio de las mujeres. Se puede evitar hacerlo cuando se habla de pueblos, categorías o grupos empleando otras posibilidades no sexistas.

Ejemplo, una opción es suplir los **niños** por la **niñez**, la **infancia** por **niñas y niños**; los **hijos** por la **descendencia**, la **prole** o **hijas e hijos**; los **profesores** o los **maestros** por el **profesorado**, **personal docente**, **profesoras y profesores**; los **ciudadanos** por la **ciudadanía**; los **jóvenes** por la **adolescencia** o la **juventud**.

En ocasiones, se cita a las mujeres como una categoría aparte después de usar el masculino plural omnicompreensivo o representando a los hombres como grupo principal y añadiendo a las mujeres como grupo dependiente o propiedad del anterior (salto semántico). Citar a las mujeres aparte equivale a excluirlas de otros grupos mencionados.

Es el caso, si en una nota informativa se dice **"Estudiantes, mujeres, desempleados, jubilados** marcharon por Paseo de la Reforma, en la Ciudad de México", lo que puede cambiarse por **"Mujeres y hombres, estudiantes, personas desempleadas y jubiladas** marcharon..."

Otro ejemplo es **"Los nómadas** se trasladaban con sus enseres, mujeres, ancianos y niños, de un lugar a otro", otra forma es **"Los grupos nómadas** se trasladaban con sus enseres de un lugar a otro".

Hay una utilización del masculino, tanto en el singular como en el plural, cuando las mujeres hablan refiriéndose a sí mismas. Se resuelve cuando en vez de **nosotros o todos** se pone **nosotras o todas**; en lugar de **Uno piensa** se dice **Una piensa**; o se cambia **Cada uno** lo ve por **Cada una** la ve.

También existe la designación asimétrica de mujeres y hombres en el campo político, social y cultural, lo cual responde a una tradición discriminatoria para las mujeres que puede ser corregida con una designación paralela.

Ejemplo, sustituir **la Mistral y Neruda** por **Mistral y Neruda**; la Sosa y Silvio Rodríguez por Mercedes Sosa y Silvio Rodríguez; la Thatcher... Mitterrand por Thatcher... Mitterrand.

Otras asimetrías son el tratamiento de señorita –utilizado para hacer referencia al estado civil de soltería de una mujer y en contraposición a la expresión señora o señora de... para denominar a una mujer casada– y el uso en el castellano de mujer (mi mujer) como palabra sinónima de esposa.

Por último, respecto al orden de las palabras el masculino suele preceder al femenino. No existe regla alguna que determine este orden. De ahí que sea posible alternar ambos sentidos.

## **El fondo de la ideología sexista**

Como lo explicamos en los párrafos anteriores, los estudios sobre lingüística y género concluyen que la lengua está sexistamente estructurada y que debido al no paralelismo de los géneros gramaticales (asimetría lingüística) se oculta y menosprecia a la mujer en el lenguaje.

No obstante este reconocimiento, las feministas contemporáneas han llamado la atención respecto al verdadero problema que la ideología sexista impone por medio del lenguaje: la forma y el contexto en que la condición social de las mujeres emerge. De ahí que la cuestión de fondo no sea, tan sólo, el uso abusivo del género gramatical masculino y el ocultamiento de la mujer, sino la cuestión de reconocimiento y existencia. Nombrar es reconocer que el otro y/o la otra existen, que están en el mundo y en el sentido de respeto e igualdad son nombrados.

Un ejemplo de las implicaciones de esto se explica en *Comercio sexual en la Merced: una perspectiva constructivista sobre el sexoservicio*, donde Angélica Bautista López y Elsa Conde Rodríguez exponen el contexto en que se utilizan las denominaciones relativas a la prostitución (2006):

“Hay dos posiciones coexistentes, las sexistas y las moralistas, las cuales han contribuido a fortalecer y perpetuar el estigma de la prostituta. De ahí que las definiciones jurídicas en torno a la prostitución se encuentren imbuidas por las concepciones morales notoriamente sexistas. La prostituta es el claro ejemplo del estigma que significa perversidad y se le utiliza como instrumento de agresión verbal hacia la mujer”.

La condición del lenguaje está implicada como forma moral, en ello al denominar “prostituta” se hace doble discriminación. Una por el sentido de ubicación social de la mujer a la que se denomina de tal forma y la segunda en el sentido de género, ya que la actividad del sexo-servicio se practica por hombres y por mujeres, y en cualquiera de las circunstancias la intención es denigrar. A la mujer en el sentido moral, a los hombres en dos caminos. Puto ubicándolo como mujer, ser que consideran de menor valía y como objeto y no como sujeto.

Sin embargo, la amplitud y complejidad de la oferta sexual de nuestro tiempo ya no puede comprenderse con estas añejas y moralizantes concepciones sobre la prostitución. De ahí que en este siglo, y con el nuevo impulso del feminismo de las últimas décadas, surgiera la necesidad de una nueva definición.

Alrededor del tema se han desarrollado posiciones distintas, dos fundamentalmente, que propiciaron una división al interior del feminismo contemporáneo a la que se ha denominado la gran división (*the big divide*).

En la década de los setenta se desarrolló, principalmente en Estados Unidos, Gran Bretaña y Canadá, un movimiento reivindicativo de los derechos de las prostitutas, que sería el génesis de la actual lucha de trabajadoras sexuales organizadas y que en un primer momento se propuso asumir el término inglés *whore*.

Etiqueta o estigma que, de acuerdo con Gail Pheterson, pionera de este movimiento, también puede aplicarse a cualquier mujer particularmente si es migrante, objeto de discriminación racial, trabajadora independiente o víctima de abuso: “Lejos de desasociarnos de la idea de *whore*, nos identificamos con todas estas personas y demandamos derechos como tales”.

Al asumirse como prostitutas, las mujeres le restarían a este término parte de su carga estigmatizadora. La reacción a esta propuesta fue inmediata: apenas iniciado el movimiento, surgió una división al interior del feminismo.

En tanto una corriente no acepta que la prostitución sea un opción libre de trabajo, considerándola como una más de las formas de violencia hacia la mujer por parte del patriarcado, la otra –conformada principalmente por los grupos organizados de prostitutas y por algunas feministas– optó por construir alianzas con otros movimientos por el respeto a los derechos humanos.

Esta discusión no se encuentra resuelta del todo, el debate continúa en materia de políticas públicas, en los procesos legislativos y en la doctrina del derecho.

“... ni siquiera las defensoras del concepto de trabajadora sexual negarían un hecho inevitable: que un número considerable de mujeres son forzadas a la prostitución y sometidas con mecanismos de violencia física, sexual y psicológica. Insistimos que el complejo de condicionantes individuales, sociales y culturales que influyen en el involucramiento de las mujeres en la prostitución, hace inadecuado el asumir una sola postura frente al comercio sexual” (Bautista y Conde, 2006).

Un periodismo con perspectiva de género tendrá que tomar en cuenta la complejidad de la prostitución, comenzando –como proponen Bautista y Conde– por cuestionar esa misma categoría e incorporando el análisis que desde las

ciencias sociales y el feminismo se hace del tema, pero sobre todo recuperando la voz de quienes se encuentren directamente involucrados.

## Resumen

Al empleo en determinadas frases, que reduce o elimina el papel de las mujeres en el lenguaje y en la sociedad, se le llama "salto semántico", lo que constituye un problema de sexismo, pero también una incorrección lingüística que se comete con frecuencia en los medios de comunicación. El sentido universal, el masculino plural para ambos sexos, las mujeres como una categoría aparte y la designación asimétrica tanto en nombres y apellidos como en el tratamiento informativo, son algunas de las formas excluyentes del lenguaje periodístico. En periódicos y revistas siguen reflejándose tópicos y estereotipos sexistas y se aprecia la falta de dominio de los recursos de los que dispone el español, para que –sin violentar las normas gramaticales– se evite la ambigüedad de ciertos mensajes y se manifieste la presencia de las mujeres en el discurso informativo. Feministas contemporáneas han planteado, sin embargo, que el verdadero problema que la ideología sexista impone por medio del lenguaje es la forma y el contexto en el que se presenta la información. Un periodismo con perspectiva de género, que busque hablar de las condiciones sociales que viven las mujeres, tendrá que tomar en cuenta no sólo las formas excluyentes del lenguaje periodístico sino también la complejidad de los fenómenos que se presentan en la sociedad actualmente.

"El significado de la palabra 'feminista' en realidad no ha cambiado desde que apareció por primera vez en la crítica de un libro en Athenaeum del 27 de abril de 1895, al describir a una mujer que 'tiene en sí la capacidad de luchar para reconquistar su independencia'. Es la proposición básica, como lo expresó hace un siglo Nora en *Casa de muñecas* de Ibsen: 'Antes que nada soy un ser humano'. Es el cartel de redacción simple que levantó una niñita en la Huelga de Mujeres por la Igualdad en 1970: "No soy una muñeca Barbie". El feminismo le pide al mundo que reconozca, por fin, que las mujeres no son ornamentos decorativos, valiosos recipientes, miembros de 'un grupo de interés especial'. Son la mitad (en realidad, ahora más de la mitad) de la población nacional y tan merecedoras de derechos y oportunidades, tan capaces de participar en los acontecimientos del mundo, como la otra mitad. La agenda del feminismo es básica: pide que no se obligue a las mujeres a 'elegir' entre la justicia pública y la felicidad privada. Pide que las mujeres tengan libertad para definirse, en lugar de que definan su personalidad por ellas, una y otra vez, su cultura y sus hombres".

Susan Faludi, periodista estadounidense, ganadora del Premio Pulitzer en 1991 (Fragmento de la introducción del libro de su autoría *La guerra contra las mujeres. La reacción encubierta de los hombres frente a una mujer moderna*, Planeta, México, 1992).

# Ayuda de trabajo 1

El siguiente decálogo fue elaborado por Nosotras en el Mundo, una sección de *Radio Vallecas*, medio de comunicación feminista español. Contiene una guía con diez principios básicos para desarrollar un periodismo con perspectiva de género que permita en el trabajo diario eliminar algunas de las formas excluyentes que más se usan en el lenguaje periodístico –masculino genérico, las mujeres como una categoría aparte (salto semántico), designación asimétrica en nombres y apellidos y en el tratamiento informativo– que no permiten visibilizar la condición social de las mujeres.

En cada uno de estos principios se explica por qué no deben usarse estas formas, se hace una serie de preguntas que te permitirán reflexionar al respecto y revisar si el lenguaje que aplicas es o no excluyente; también propone otras formas para estructurar un lenguaje incluyente y no sexista.

El decálogo lo retomó en 2007 la Red Internacional de Periodistas con Visión de Género, de la que forma parte CIMAC, integrada por profesionales de los medios de catorce países: Argentina, Alemania, España, Italia, Perú, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, República Dominicana, Guatemala, Cuba, Estados Unidos y México.

## **Decálogo para la no exclusión ni la autoexclusión de las mujeres en los medios de comunicación**

1. Para conseguir la democratización de los medios de comunicación, las mujeres tenemos que participar también activamente y nuestras voces tienen que ser escuchadas.

Para revisar:

- ¿Quién toma las decisiones en este medio de comunicación?
- ¿Cuántas mujeres y hombres hay?
- ¿Cuáles son las propuestas o iniciativas de las mujeres de este medio?
- ¿Las conoces?

2. El mundo es también femenino. Utiliza un lenguaje no sexista.

Para revisar:

- ¿Hablas como piensas?
- Utiliza los neutros:  
(la humanidad, el profesorado, la infancia) que incluyan femenino y masculino.
- Desdobra el femenino y masculino:

bienvenidas y bienvenidos, todas y todos...

- Observa los adjetivos estereotipados (belleza-mujer, competitivos-hombre) y las profesiones desvalorizadas (la limpiadora: personal de limpieza, la cuidadora: auxiliar de Geriátría o Pediatría) o las profesionales (la jueza, la médica...).
- No hagas referencia al estado civil o físico o a la vestimenta de las mujeres cuando esto se omite en los hombres.

3. Usa la perspectiva de género en la información.

Para revisar:

- ¿Crees que la igualdad entre mujeres y hombres ya se consiguió o todavía falta mucho para lograrla?
- ¿Te cuesta hablar de feminismo con hombres y mujeres sin recibir críticas y resistencias?

4. El tratamiento de las mujeres en los medios debe responder a la dignidad y al respeto por todos sus derechos.

Hablemos de las mujeres como protagonistas de la acción y de su repercusión, como mujeres activas que mueven el mundo.

Para revisar:

- ¿Cuántas veces sitúas a las mujeres como elementos secundarios de la información (imágenes, voces, testimonios)?
- ¿Cuáles crees que son las y los protagonistas de primer orden en política, economía, leyes...y cuáles lo son en la información de sociedad, prensa rosa, apartados de belleza-hijos-consejos domésticos?

5. Eleva a la agenda de noticias: La cotidianeidad que deben compartir mujeres y hombres porque son de interés social.

Para revisar:

- ¿Qué piensas sobre el modelo de mujer: Thatcher y Condolezza Rice?
- ¿El de Rigoberta Menchú o Michelle Bachelet?
- ¿Lady Di, Marilyn Monroe o Pamela Anderson?
- ¿Vandana Shiva, Margarita Salas o Simone de Beauvoir?

6. Muestra la pluralidad de las mujeres y contribuye con sus diversas reivindicaciones.

Para revisar:

- ¿Tienes en cuenta a las minorías en tu información?
- ¿Das espacio a estos colectivos para que se expresen con propiedad?
- ¿Conoces a fondo sus circunstancias y realidades?

7. Da a conocer las experiencias e iniciativas positivas de mujeres. Las mujeres no son en sí mismas un problema social.

Para revisar:

- ¿Conoces experiencias positivas y transformadoras hechas por mujeres?
- ¿Contribuyes a su difusión?
- ¿Usas redes de mujeres para implementar tu información?

8. Toma en cuenta a los movimientos de mujeres como fuentes informativas. Sabías que... el feminismo como teoría política inicia con la Revolución Francesa al reclamar la ciudadanía también para las mujeres. Allí comienza una conciencia de exclusión y un movimiento reivindicativo de las mujeres. Anteriormente existían quejas de algunas mujeres, contra su situación discriminada: el primer rastro sobre el debate de la igualdad (isonomía) aparece en el siglo V con los sofistas en Grecia, o Christine de Pizan: "La ciudad de las damas" (1405).

9. Recupera a las mujeres en la historia y la historia de las mujeres.

Para revisar:

- ¿Qué relatan los libros de Historia que no hablen de gobernantes, reyes y guerras?
- ¿Dónde está la población civil y entre ellas las mujeres?
- ¿Sabías que las mujeres tenían que usar seudónimos masculinos, vestirse de hombres o mantenerse a la sombra de un hombre para poder demostrar su talento?
- ¿Conoces a Ada Byron (primera programadora de lenguaje informático, matemática del siglo XIX), y a la reina bereber Kahena que reinó sobre su tribu en el siglo VI dC, o a Clara Campoamor, a la que tenemos que agradecer que las mujeres en España puedan votar desde 1931, defendiendo este derecho en solitario frente a todo un Congreso esceptico y en contra?

10. Apoya espacios para las mujeres en tu medio de comunicación.

Para revisar:

- ¿Existe un área o departamento de la Mujer en tu medio?
- ¿Hay una apuesta seria en Comunicación y Género?
- ¿Conoces los mecanismos de los micromachismos?
- ¿Qué haces para que tus privilegios como hombre no discriminen a las mujeres?
- ¿Has pensado en esto?

Área de la Mujer de *Radio Vallecas*

Dirección General de Igualdad de Oportunidad del Ayuntamiento de Madrid

*Radio Vallecas*

Nosotras en el mundo

[http://www.mujeresperiodistas.net/00\\_documentos/carteldecatalogo.pdf](http://www.mujeresperiodistas.net/00_documentos/carteldecatalogo.pdf)

# Ayuda de trabajo 2

Revisa una nota o un artículo de un periódico, lee con detenimiento y pon atención a todas las formas lingüísticas que consideres discriminatorias.

Haz una lista con diez de ellas.

Escribe las oraciones que anotaste en la lista con una nueva versión, sin las formas lingüísticas discriminatorias y compara las dos versiones.

Lee y analiza con otra persona, o en grupo, las dos versiones.

## 6. Nuevos conceptos, nuevas palabras

“Es obvio, pero necesario recordarlo, que el ser humano no se ve a sí mismo ni al mundo de forma directa sino a través de las imágenes y palabras con las que dice dicho mundo”.

Victoria Sau, *Diccionario ideológico feminista*

Varias de las palabras y conceptos de uso actual tienen su origen en la lucha de las mujeres por eliminar todas las formas de discriminación en su contra. Como lo denunció en su momento Olympia de Gouges, la Declaración de los Derechos del Hombre, creada durante la Revolución Francesa, dejó fuera a las mujeres y fue casi tres siglos después –en los años cincuenta– cuando recién creada la ONU, Eleanor Roosevelt y algunas delegadas latinoamericanas y de otros países del llamado Tercer Mundo lograron transformar el término derechos del hombre por el de derechos humanos. La diferencia sexual se ha utilizado para justificar la subordinación femenina. Hoy sabemos que sobre la biología se ha construido el género y que muchas de las reglamentaciones y prohibiciones que impone éste no se derivan de la biología, sino que son construcciones sociales. ¿Cómo abordar entonces la diferencia entre mujeres y hombres en el uso del lenguaje, sin relegar la igualdad de derechos de los seres humanos?

### **Humanas**

Olympia de Gouges, mujer campesina y analfabeta que emigró a París y se convirtió en escritora, es la cita obligada cuando hablamos de las mujeres que participaron en la Revolución Francesa; fue autora de la Declaración de los Derechos Humanos de la Mujer y la Ciudadana que hizo en respuesta a la Declaración de los Derechos del Hombre, de la que las mujeres quedaron excluidas.

Redactada antes de que Luis XVI aceptara la Constitución de 1791, la Declaración consta de un preámbulo, 17 artículos y un epílogo, y pone el acento en los aspectos positivos del principio de igualdad (Sau, 2001).

Olympia de Gouges se codeó con la elite intelectual de su época y se involucró con los círculos revolucionarios que escribieron la Declaración de los Derechos del Hombre. Apoyándose en Keralio, que en 1789 había

presentado un Cuaderno de Reivindicaciones Femeninas, redactó una primera Declaración de los Derechos de la Mujer que más tarde presentó en la Asamblea Nacional Francesa ([www.webmujeractual.com](http://www.webmujeractual.com)).

La defensa de esta Declaración, que postulaba la dignidad de las mujeres y, por consiguiente, el reconocimiento de sus derechos y libertades fundamentales, le costó a Gouges perder la vida en la guillotina en 1793. A ella se le atribuye haber dicho: "La mujer puede subir al cadalso, pero en cambio se le impide subir a la tribuna" (Sau, 2001).

Aunque la Revolución Francesa estuvo precedida en América por dos declaraciones de derechos que ponían de manifiesto la necesidad de cambios de fondo, es con la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano, proclamada en 1789, cuando este proyecto adquirió rango universal al hacerse extensivo a todos "los hombres de la tierra".

Fue escrita de tal modo que pudiese ser aplicada a todos los países y en cualquier época tanto bajo un régimen monárquico o republicano. Esta amplitud le ha conferido el prestigio del que goza. No obstante, hay una gran paradoja: las mujeres quedaron fuera del derecho de ciudadanía (Sau, 2001).

Con base en el argumento teórico de Rousseau "de que las leyes de la naturaleza no pueden someterse a las de los hombres", se tomó la partición de los sexos en sector público y privado respectivamente, relegando a las mujeres a este último.

Desde las sociedades esclavistas hasta el *Contrato Social*, escrito por Rousseau en 1762 y que inspiró la Revolución Francesa, hasta la actual Declaración Universal de Derechos Humanos, las leyes y las costumbres han experimentado profundas transformaciones.

Fue hasta los años cincuenta, casi tres siglos después de la propuesta de Gouges, cuando recién constituida la Organización de las Naciones Unidas (ONU), Eleanor Roosevelt y algunas delegadas latinoamericanas y de otros países del llamado Tercer Mundo lograron sustituir el término derechos del hombre, creado durante la Revolución Francesa, por el de derechos humanos.

En su Artículo primero la Declaración Universal de los Derechos Humanos, firmada el 10 de septiembre de 1948, reconoce que todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y deben comportarse fraternalmente los unos con los otros. Y, en el segundo, que toda persona tiene los derechos y libertades proclamados en esa Declaración sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición.

## **El poder de discriminar**

Los seres humanos tenemos la capacidad de discriminar, una aptitud perceptiva positiva y necesaria para la vida que consiste en distinguir como

desiguales dos cosas cualesquiera que sean, sin embargo no nos hemos quedado en este punto y damos “aplicaciones intencionadas” a ciertos resultados de nuestra acción discriminatoria (Sau, 2001).

Discriminar también significa, específicamente, dar trato de inferioridad en una colectividad a ciertos miembros de ella, por motivos raciales, religiosos o políticos, dice María Moliner en el *Diccionario de uso del español*. Y hoy sabemos que también se discrimina por etnia y sexo.

Discriminar entre “inferior” y “superior” cuando no se trata únicamente de darse cuenta de qué cosa está abajo y cuál arriba, entra de lleno en el campo de la moral, de los valores y de la política.

De ahí que el “trato de inferioridad” de unos seres humanos con respecto a otros en el seno de una comunidad remita a ciertas preguntas propias para un fenómeno que ya nos viene dado: ¿quién o quienes tienen el poder de hacerlo? ¿quién o quienes tienen dicho poder? ¿qué criterios utilizan en cada caso para determinar quienes son susceptibles de ser tratados con “inferioridad” y de qué manera? ¿es legítimo ese poder y sus argumentos?

Las agrupaciones humanas, al constituirse en sociedad, tuvieron que llegar a acuerdos de convivencia e intercambio que les permitieran vivir con el mayor bienestar y seguridad posibles. Dicho acuerdo, no obstante, lo proponían y mantenían unas personas generalmente con el consentimiento de otras que les conferían ese poder. Ése es el núcleo de lo que se llama “contrato social”, cuya doctrina fue formulada por primera vez por los epicúreos (Sau 2001).

Para Epicuro el derecho no es otra cosa que un pacto de utilidad, cuyo objeto consiste en que no nos lesionemos recíprocamente y en que no seamos lesionados en nuestros propios intereses. Así, la cooperación, indispensable para un buen funcionamiento social, se acompaña de desconfianza. Al mismo tiempo, el grupo autor del pacto social acordado se consolida hasta el punto de considerar como extraño (diferente en sentido negativo) a toda aquella persona que no lo suscribe por completo o que posee características físicas o ideológicas diferentes.

El contrato social da lugar a un cuerpo de leyes por medio de las cuales se regula lo pactado y se castigan las desviaciones de la norma. Es un contrato que privilegia a unas personas en relación con otras. La fuerza física, válida durante siglos para la conducta de la guerra, la acumulación de territorios, bienes e influencias, va creando una élite que en un momento dado hace eclosión y es la que decide lo que hay que hacer. La anuencia de las o los demás se da unas veces de agrado y otras por fuerza.

En este punto, Victoria Sau cita un comentario de Serge Moscovici, escrito en *Sociedad contra natura* (2001):

“La exclusión de las mujeres del dominio de las alianzas autoriza a asimilarlas a las comodidades con el fin de tratarlas como tales. Su ausencia del contrato social, que no han sido invitadas a firmar, las sitúa automáticamente en el campo de los objetos sobre los cuales recae este contrato”.

En este caso, la respuesta al interrogante de quién pone en condiciones de inferioridad a quién recae en el orden o contrato patriarcal, denominado así precisamente porque excluye del mismo al colectivo de las mujeres. Para muchas autoras y autores esta primera discriminación por el sexo da origen a todas las demás.

Hay una norma tácita que permite que cualquier diferencia, tomada desde la persona o grupo con potestad para decidir si la otra o el otro están excluidos o no, vale como justificación para hacerlo, independientemente de la cualidad de dicha diferencia: "lo importante es el uso de una etiqueta sobre la que a continuación se forma el estereotipo o estereotipos correspondientes" (Sau, 2001).

Los estereotipos son conjuntos de ideas empaquetadas, basadas en prejuicios, sobre las que por comodidad la mayoría de las personas no ejerce ningún juicio crítico, y la percepción de las personas así clasificadas queda afectada.

Se toma la categoría que convenga en cada caso –rico-pobre, mujer-hombre– y se procede a marcar las semejanzas entre las y los miembros del grupo juzgado a priori como negativo: "Los pobres son sucios", "Los pobres son holgazanes", "Las mujeres son peligrosas", "Las mujeres son inestables", "Las mujeres no saben lo que quieren". Al mismo tiempo, se exageran las diferencias entre ricos y pobres, mujeres y hombres, y así sucesivamente con los pares de opuestos que convenga.

Si quien así clasifica es un fanático, exagera las diferencias de forma deliberada. También puede hacerlo una persona no autoritaria en cuyo caso procederá de manera inconsciente. Los actos discriminatorios, derivados de los prejuicios, suelen convertirse en pruebas que los confirman, reforzándose unos a otros. Por ejemplo, si quien no tiene trabajo va peor vestido debido a ello, confirma a su vez el estereotipo de que es un desaliñado.

Al respecto, Victoria Sau retoma un párrafo de George Snyders, quien en su libro *No es fácil amar a los hijos* comenta que al hablar de la mujer se topó con un concepto ambiguo: Por un lado madre del ser humano, reina de la humanidad y, por otro, reducida a un ser intermedio entre el niño y el hombre o, dicho de otra manera, entre la naturaleza y la cultura. Aquello más valioso es, por esto mismo, la causa de su desvalorización.

En la oposición mujer-hombre es donde se han exagerado más firmemente las diferencias. El procedimiento para hacerlo han sido las pautas de género, las cuales prescriben para las personas de cada sexo un patrón de comportamiento que se aprenden desde la cuna y se transmiten de generación en generación por los canales clásicos de que dispone la sociedad: familia, escuela y sistema de representaciones, que en su conjunto educan a la generación de relevo.

Esto ha provocado que las mujeres tengan un margen menor de maniobra que los hombres como, entre otras situaciones, la "prohibición de acceder a la política, a estudios, a disponer de dinero propio, medidas que tienden a homogeneizar al grupo, pero en cambio se acusa al grupo (mu-

jeros) de ofrecer poca variabilidad y de no tener tantos personajes ilustres como los hombres" (Sau, 2001).

Los hombres se presentan a sí mismos como superiores y así justifican su posición dominante, la que da lugar al androcentrismo, un concepto que transforma las diferencias entre los sexos en palpables desventajas para las mujeres, según reconoce la psicología actual. Las cuestiones de prejuicio y discriminación deberían salir del marco de las consideraciones estrictamente psicológicas para conducir a un análisis del poder, sobre todo del poder político y económico, apunta Michael Billing, en su libro *Racismo, prejuicios y discriminación* (Sau, 2001).

## **Los conceptos, su aplicación**

En el capítulo *La noticia no tiene sexo, tiene género* de este manual, al señalar la diferencia de significado de las palabras-concepto sexo y género, expusimos la confusión que puede provocar el uso indiscriminado de una categoría o de otra para hablar de una misma situación, proyecto, programa o fenómeno social en un contexto determinado. Un caso que no es de su exclusividad.

Ya que las personas somos iguales en tanto seres humanos y diferentes en tanto sexos, para la feminista mexicana Marta Lamas existe gran complejidad en la utilización de otros conceptos como el de igualdad y el de diferencia, pues mientras la diferencia se produce sola, la igualdad hay que construirla. De ahí que la igualdad no sea un dato en la organización humana, sino un ideal ético.

Como bien señala Jean Starobinsky, la igualdad tiene dos dimensiones, la filosófica y la sociopolítica. Se trata de una interrogación filosófica relacionada con la representación que las personas nos hacemos de la naturaleza humana y, al mismo tiempo, implica una reflexión sobre el modelo de sociedad justa que nos proponemos. "En la teoría política de los derechos en la que se apoyan las demandas de justicia de los grupos excluidos, la igualdad significa ignorar las diferencias entre las personas para un propósito particular o en un contexto específico" (Lamas, 1997).

En ciertas épocas se ha tomado a la libertad, la propiedad, la raza o el sexo como condición para ejercer o impedir el derecho de elegir a quienes gobiernan. O sea, la medida de equivalencia para la ciudadanía democrática ha sido, en diferentes momentos, el que la persona no fuera esclavo, tuviera propiedades, no fuera de raza negra o que no fuera mujer. En la actualidad, la edad y la capacidad de discernir son los dos elementos que marcan el acceso al ejercicio de la ciudadanía.

"Vemos, por lo tanto, que la noción política de igualdad incluye, y de hecho depende, de un reconocimiento de la existencia de la diferencia. Si los grupos o las personas fueran idénticos no habría necesidad de pedir igualdad. De ahí que la igualdad se defina como una 'indiferencia deliberada

frente a diferencias específicas' y que un punto importante radica en distinguir la calidad de idéntico de la de igual" (Lamas, 1997).

La diferencia sexual se ha utilizado para justificar la subordinación femenina. Mientras que cada día hay mayor conciencia del racismo y de la falsedad de sus argumentaciones que utilizan a la biología con fines discriminatorios, todavía es poca la conciencia sobre el sexismo, que pretende hacer lo mismo con la diferencia sexual.

Sabemos que sobre la biología se ha construido el género, y que muchas de las reglamentaciones y prohibiciones que impone éste no se derivan de la biología, sino que son construcciones sociales. ¿Cómo entonces, abordar la diferencia sexual sin relegar la calidad igualitaria de los seres humanos?

Una cita del artículo "Los usos de la teoría" de Joan W. Scott, publicado en la revista *Debate Feminista* en 1992 responde a esta pregunta.

Scott propone que más que reivindicar la diferencia o la igualdad, hay que buscar formas no esencialistas de plantear la diferencia; o sea, reivindicar la diferencia sexual desde una plataforma de igualdad. Señala, además, que mientras la diferencia sexual continúe siendo un principio ordenador en nuestra sociedad hay que cuestionar cómo se usa para marcar la división entre lo público y lo privado, y también cómo se elimina u oculta del discurso y la práctica política.

Esto conduce a dos grandes reordenamientos. El primero, es la reformulación de la relación entre el ámbito público y el privado, y el segundo es la introducción de la diferencia sexual en la política (Lamas, 1997).

## **Un foco rojo**

Cuando no se parte del contenido filosófico-analítico de la teoría, y si por género se entiende simplemente mujer, el análisis y la comprensión de los procesos, la crítica y las propuestas de cambio tienden a neutralizarse para favorecer sólo algunas reivindicaciones de las mujeres, reducidas o parciales (Cazés, 1998).

Esa operación teórica y política consiste en ubicarse en lo que se conoce como "la perspectiva aséptica de género" y suele traducirse en una débil oposición al patriarcado y en un limitadísimo apoyo a las mujeres.

Desde este enfoque también se logra visibilizar a las mujeres y recorrer algún velo de su opresión, pero es excepcional que se indaguen las causas profundas y complejas de la condición y la situación femeninas de que se trate, así como los procesos históricos que las originan y reproducen (Cazés, 1998).

Es posible que se busque aminorar manifestaciones de la pobreza, la discriminación y la violencia, ampliar un poco la participación de las mujeres, pero casi siempre sin tocar las fuentes del dominio y sin plantear ni promover cambios genéricos en los hombres, familias, comunidades e instituciones.

Evidenciar en los medios de comunicación masiva la situación de

las mujeres y promover el cambio de su condición actual en la sociedad mediante el ejercicio periodístico, fue el objetivo que definió la Red Nacional de Periodistas al crearse en la Ciudad de México, en 1995.

Para lograrlo, en sus catorce años de existencia, quienes integran la Red –con presencia en 31 entidades federativas de la República Mexicana– se han dado a la tarea de impulsar y promover el manejo y tratamiento de información no discriminatoria, que rompa y transforme los esquemas ideológicos establecidos en la sociedad, haciendo visibles las diferentes realidades que viven las mujeres.

*La perspectiva de género, guía para diseñar, poner en marcha, dar seguimiento y evaluar proyectos de investigación y acciones públicas y civiles*, publicado por el Consejo Nacional de Población (Conapo), señala algunos puntos que permiten identificar la “perspectiva aséptica de género”, un enfoque en el que hay que poner especial atención (1998).

Se debe evitar caer en esta asepsia “destinada a mantener intocado en sus fundamentos al patriarcado y a sus poderes institucionales”, particularmente cuando un proyecto se centra en temas en los que pueden darse las siguientes situaciones:

- Que las mujeres y sus relaciones con los hombres pasen inadvertidas.
- Que el tratamiento de los problemas sea fragmentario, superficial, circunscrito en tiempos y recursos, sin conexión con los planteamientos globales.
- Que la acción pública o civil tenga realmente pocas posibilidades de generar cambios y muchas de mantener o acentuar los privilegios prevalecientes.

Esta perspectiva se apoya en una visión sexista y llega a incluir la argumentación de que si las mujeres desarrollaran su conciencia sólo a través de proyectos asépticos no se crearían conflictos y de que los problemas de las mujeres son creados lejos de ellas con base en ideas ajenas y demasiado radicales.

Y, desde esta posición, suele ignorarse o “pretender que se ignora” que la palabra-concepto perspectiva de género permite apoyar a las mujeres, pero que son ellas mismas quienes hacen los cambios, se arriesgan y actúan para enfrentar situaciones insoportables por injustas, para sobrevivir, mejorar y construir alternativas, porque “los motivos de las mujeres no están en la perspectiva de género, sino en su vivencia del género” (Cazés, 1998).

## **Feminización de las palabras**

La *Guía para un uso igualitario del lenguaje periodístico* recupera varios de los avances del feminismo que se reflejan hoy en cambios en el uso de la lengua española, a partir de la adquisición de nuevas palabras y construcciones que visibilizan a las mujeres.

Actualmente, producto de la nueva presencia de las mujeres en el ámbito profesional, la Real Academia de la Lengua Española admite –sin aceptar aún reglas generales– la feminización de muchos términos, en casos como cargos, profesiones y oficios que antes sólo tenían género masculino (Ayala Castro, et al, 2006).

Para los terminados en –o no ha habido ninguna dificultad para hacer el femenino en –a, de acuerdo con la regla general del español, si embargo no ha ocurrido lo mismo en los demás casos. No hay ninguna razón, por ejemplo, que justifique que conserje mantenga una única forma para los dos sexos y no se admita conserja y que se haya aceptado concejala, bedela o edila y no coronela, albañila o fiscalá.

Hasta hace poco tiempo las mujeres estábamos relegadas al ámbito doméstico y carecíamos de protagonismo en la sociedad. La lengua ha ido reflejando los diferentes papeles que desempeñan los sexos y ha ido fijando los distintos significados de las palabras (Ayala Castro, et al, 2006).

Mientras un hombre público era “aquel que tenía poder en la vida social”, una mujer pública era “una prostituta” o se llamaba alcalda “al que presidía el Ayuntamiento” y a la alcaldesa simplemente “su esposa”.

Así ocurría con un buen número de profesiones y cargos de responsabilidad. Verdulero “hombre que vende verduras”, verdulera “mujer descarada y ordinaria”. Sargento “suboficial de graduación inmediatamente superior al cabo mayor e inferior al sargento primero”, sargenta “mujer autoritaria” o “mujer del sargento”.

Incluso, aunque el sentido del término femenino indicara una categoría profesional ésta solía ser más baja que su correspondiente masculino. Gobernante “hombre que desempeña labores de mando”, gobernanta “mujer encargada de la administración de una casa o institución”. Secretario “hombre que desempeña un alto cargo”, secretaria “mujer que se dedica a tareas subalternas”.

Este hecho ha dificultado, en ocasiones, la utilización de estas formas femeninas para nombrar a las mujeres que desempeñan en la actualidad esos cargos que tradicionalmente ocupaban los hombres. De hecho todavía es frecuente encontrar en los medios de comunicación este tipo de sustantivos en forma masculina acompañados de artículos, u otras clases de palabras, en género femenino: La gobernante, la secretaria.

## **Ejemplo**

Amadora Gaona, según información que obra en *El Mundo* de Andalucía, ocupó en la mencionada sociedad el cargo de secretaria de su consejo de administración. (*El Mundo*, 7-1-00, página 4).

Este tipo de palabras, cuyo significado cambia dependiendo del sexo al que designan, reciben el nombre de “duales aparentes”. Se trata de términos que, cuando se refieren a los hombres, adoptan un sentido positi-

vo o neutro, el cual se vuelve negativo o indica menor categoría cuando se aplican a las mujeres.

## Ejemplos

Cortesana: "Prostituta"

Cortesano: "El que servía al rey en la corte"

Fulana: "Prostituta"

Fulano: "Persona indeterminada"

Individua: "Mujer despreciable"

Individuo: "Persona indeterminada"

Zorra: "Prostituta"

Zorro: "Hombre astuto"

Sólo el uso de las formas femeninas de modo simétrico a como usamos las masculinas, es decir, en los mismos contextos y con el mismo valor, conseguirá desterrar el carácter despectivo o inferior que la comunidad hablante asigna a determinadas palabras cuando se refieren a las mujeres. Así ocurre en el siguiente caso, donde se ha utilizado mujer pública de modo simétrico a hombre público (Ayala Castro, et al, 2006).

## Ejemplo

- Dígame algunos perfiles de mujeres públicas que le atraigan.
- Cualquier mujer que es ella misma, que se sienta orgullosa de serlo y que lo demuestra en cada momento. (*Mujer de Hoy*, del 4 al 10-X-99, página 7)

Afortunadamente, "cada vez con más frecuencia las mujeres ocupamos cargos de responsabilidad y los medios de comunicación deben dar cuenta de ello con un lenguaje igualitario y sin complejos. Se deben usar valientemente estas formas para contribuir, con su papel difusor y su enorme repercusión social, a que se consoliden" (Ayala Castro, et al, 2006).

La consolidación de estos términos dependerá del comportamiento lingüístico de la comunidad hablante, puesto que la tendencia es la de crear aquellos términos que se necesitan para comunicarse.

"A medida que las mujeres vayan ocupando las profesiones y cargos que les corresponden, se deberán ir creando sin mayores problemas las denominaciones en femenino, y si insistimos y fomentamos su uso, la Academia acabará aceptándolos y entrarán a formar parte del léxico de nuestra lengua" (Ayala Castro, et al, 2006).

Para un uso igualitario del lenguaje periodístico, de la misma manera que no se debe admitir la forma masculina cuando el trabajo lo ejercen las mujeres, tampoco se debería mantener la forma femenina cuando una profesión que tradicionalmente han ejercido las mujeres la empiezan a realizar los hombres, puesto que de lo que se trata es de representar del mismo modo a ambos sexos.

Es el caso de la palabra matrona. La vocal a sólo admite una única

forma para referirse a ambos sexos, sin embargo existen: comadrón y comadrona, patrón y patrona.

No obstante, como en los casos anteriores, si la comunidad hablante persiste en su uso, como ya lo está haciendo, no se puede descartar que siguiendo la tendencia de la lengua el diccionario académico acabe incorporando la palabra matrona (Ayala Castro, et al, 2006).

## Resumen

Incluir los derechos humanos de las mujeres como ciudadanas fue la lucha que llevó a la francesa Olympia de Gouges a la guillotina en 1789, un ideal que tardó casi tres siglos en concretarse. Los seres humanos damos “aplicaciones intencionadas” a nuestra capacidad de discriminar, lo que en una colectividad nos lleva a dar un trato de inferioridad a ciertos miembros de ella. El uso de estereotipos en el lenguaje, derivados de los prejuicios, suele convertirse en una prueba que confirma o refuerza esta discriminación. Ya que las personas somos iguales en tanto seres humanos y diferentes en tanto sexos, existe gran complejidad en la utilización de las palabras. Es el caso de los conceptos igualdad y diferencia. Mientras la diferencia sexual continúe siendo un principio ordenador en nuestra sociedad, hay que cuestionar cómo se usa para marcar la división entre lo público y lo privado, y también observar cómo se elimina u oculta del discurso y la práctica política.

La “perspectiva aséptica de género” es un enfoque en el que hay que poner especial atención, pues está destinado a mantener en sus fundamentos las relaciones de poder que colocan en desventaja a las mujeres (patriarcado). Varios son los avances del feminismo que se reflejan actualmente en cambios en el uso de la lengua. Algunos de ellos han sido ya aceptados por La Real Academia de la Lengua Española. Sólo el uso de las formas femeninas de modo simétrico a como usamos las masculinas –en los mismos contextos y con el mismo valor– conseguirá desterrar el carácter despectivo o inferior que la comunidad hablante ha asignado en la historia de la humanidad a determinadas palabras y conceptos cuando se refieren a las mujeres.

### De la Concha:

#### **La Academia Española corrige pero no será feminista militante.**

España, 4 de mayo de 2009 (Agencia Efe).- La Real Academia Española no se convertirá en “feminista militante” porque la lengua “no evoluciona por mandato”, dice su director, Víctor García de la Concha, en una entrevista que publica el último número de la revista *Donde...*, de la Fundación del Español Urgente (Fundéu BBVA).

Las declaraciones de De la Concha coinciden con la celebración, entre los próximos días 6 y 8 en el Monasterio de Yuso, La Rioja (España) del seminario "Mujer y lenguaje en el periodismo en español" que organiza la Fundéu junto con la Fundación San Millán de la Cogolla.

El director de la Real Academia Española considera importante que se debata este asunto, pero advierte de que no se debe caer en un feminismo militante que nos lleve al desdoblamiento de ciertos términos.

"Siempre hubo, por ejemplo, un desdoblamiento de 'señoras y señores', pero ahora ya es 'ciudadanos y ciudadanas', 'empleadas y empleados'... Eso podría llevarnos a algo tan ridículo como decir 'voy a ir a verte con mis hijas y mis hijos para estar con tus hijas y tus hijos', por ejemplo", señala García de la Concha en la entrevista.

El director de la Real Academia Española sostiene que, además, el Diccionario de la Real Academia no sólo recoge el significado de una palabra hoy, sino el de que ha tenido a lo largo del tiempo y que por esa razón no conviene eliminar determinadas definiciones.

"En Castilla se dice muy frecuentemente 'le hizo una judiada', que es una acción mala que, tendenciosamente, se consideraba propia de los judíos. Evidentemente en la sensibilidad de hoy es políticamente incorrecto, pero si la quitáramos, ¿cómo leer a Quevedo?" reitera De la Concha, que explica también que a esas entradas ya se les ponen unas marcas que indican que esa acepción es poco usada o está en desuso.

Insiste De la Concha en que la Academia tiene un "cuidado exquisito" con esta cuestión, como lo demuestran las más de cuarenta mil enmiendas o adiciones que desde el 2001 se han aprobado para solventar los problemas que pudieran existir en este sentido. "Será muy difícil que no se nos escape algo, pero tampoco vamos a convertirnos en militantes, porque no nos lo perdonaría el pueblo", concluye el director de la RAE, quien presidirá este seminario, donde se reunirán una treintena de periodistas, académicos, lingüistas y profesores especializados y la directora del Instituto Cervantes, los presidentes de La Rioja, el BBVA y la Agencia Efe y el director de la Academia Chilena de la Lengua.

El seminario se ha planteado por medio de diferentes mesas redondas en las que, entre otros asuntos, se analizará si hablan y escriben igual las mujeres y los hombres, si los periodistas lo hacen igual cuando escriben para los hombres que para las mujeres o si los periodistas deben forzar el cambio hacia un lenguaje menos sexista.

El debate sobre el grado de machismo de la lengua española y, en concreto, de los medios de comunicación de habla hispana, centrará esta reunión, en

la que participarán entre otras las periodistas españolas Montse Domínguez, Pepa Fernández y Margarita Rivière, la chilena Mónica González, la colombiana Yolanda Reyes, las lingüistas Violeta Demonte, Pilar García-Mouton, y la profesora Ana María Vígara.

Tomado de: <http://www.fundeu.es/Noticias.aspx?frmOpcion=NOTICIA&frmFontSize=2&frmIdNoticia=2363>

# Ayuda de trabajo 1

Imagina que eres extraterrestre y tu misión en la Tierra es investigar la vida inteligente. Antes de establecer contacto con un ser humano vas a conocer a la gente a través de los medios de comunicación. Revisa un periódico del día y responde a las siguientes preguntas.

1. Según el diario, ¿qué especies inteligentes hay en la Tierra?
2. ¿Cuál es la relación entre los sexos y cuántas personas hay de cada sexo?
3. Luego de leer el periódico enumera qué es importante para la especie humana.
4. ¿A qué se dedican las mujeres? ¿A qué se dedican los hombres?

# Ayuda de trabajo 2

Piensa en un tema para hacer una nota informativa, un reportaje o una crónica. Antes de redactarla, pregúntate:

- ¿Dónde están las mujeres?
- ¿Qué lugar ocupan en la estructura?
- ¿Cómo les afectaría una nueva decisión o política?
- ¿Con qué recursos económicos se operan los planes y programas de género?

# Ayuda de trabajo 3

Escoge algunas notas que hayas escrito, revisa si acudes a las mujeres como fuente, y si lo has hecho responde las siguientes preguntas:

- ¿Usas el mismo criterio que para una fuente masculina?
- ¿Buscas el mismo número de fuentes femeninas que masculinas?

# Ayuda de trabajo 4

Escoge una nota, crónica, entrevista o reportaje que hayas hecho para el medio o medios en los que trabajas, revisa los adjetivos que usaste, ¿fueron los mismos para mujeres que para hombres?

## 7. Periodismo no sexista, una especialización

"...una gota de agua contiene al mundo, pero hay que saber encontrar el mundo en una gota de agua".

Ryszard Kapuscinski

*(Los cinco sentidos del periodista: estar, ver, oír, compartir, pensar)*

La introducción de la perspectiva de género en la información es una innovadora manera de mirar, de interpretar la realidad con otros ojos y de hacer posible que aparezcan distintas visiones del mundo. Permite que los medios de comunicación presenten a las mujeres como seres creativos, agentes principales, contribuyentes y beneficiarias del proceso de desarrollo –fomentando la idea de que los estereotipos sexistas son discriminatorios, degradantes y ofensivos– y ayuda a que se abstengan de mostrarlas como seres inferiores, de explotarlas como objeto sexual y bien de consumo.

### El nuevo paradigma

La cultura feminista ha gestado un nuevo paradigma cuyo referente político se ubica al final del siglo XX con la Conferencia Mundial sobre las Mujeres realizada en Pekín en 1995, a convocatoria de la Organización de Naciones Unidas y el Foro de Mujeres que se realizó de manera paralela. En ambos participaron más de 40 mil mujeres que representaban a otras mujeres del mundo y que tomaron la palabra en su nombre.

"Ellas llevaron su propia voz que recogía las voces, las propuestas, los logros y las acciones de la tradición feminista de tres siglos, y la actualizaron. Las debatieron frente a visiones tradicionales y fundamentalistas en una dura confrontación política cuyo objetivo era legitimar acciones de intervención en la vida de las mujeres de todo el mundo" (Lagarde, 2001).

De un lado, los gobiernos, organismos civiles e internacionales, las instituciones e iglesias; del otro, las mujeres civiles que hicieron, con algunos aliados de las instancias mencionadas, una defensa de los derechos humanos de las mujeres.

"Con todo, los diagnósticos realizados por mujeres, gobiernos e instituciones, antes de la Conferencia, la Plataforma de Acción emanada

de ella, y el hecho de que los gobiernos y las instituciones pactaran con las mujeres, constituyen un hito en la historia social de nuestro tiempo. En Pekín las feministas reiteraron que los derechos de las humanas deben ser universales y que su real existencia sólo se confirma en la vida personal de cada mujer” (Lagarde, 2001).

El resultado fue establecido no sólo por las mujeres de avanzada sino por todas las personas que participaron en la Conferencia “en negociaciones complejas”; 180 países suscribieron la Plataforma de Acción, un conjunto de acuerdos que apuntan al cambio en la inequidad entre mujeres y hombres.

En el marco de la Plataforma de Pekín, en la sección J, Capítulo IV, se define como objetivo estratégico fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión. También se establecen las medidas que han de adoptar los gobiernos y las organizaciones internacionales.

“Alentar a los medios de comunicación a que se abstengan de presentar a la mujer como un ser inferior y de explotarla como objeto sexual y bien de consumo, en lugar de presentarla como ser creativo, agente principal, contribuyente y beneficiaria del proceso de desarrollo; fomentar la idea de que los estereotipos sexistas que se presentan en los medios de difusión son discriminatorios para la mujer, degradantes y ofensivos” (*Tejedoras de la palabra*, 2003).

Relativo a los medios de información de masas y las organizaciones de publicidad, la Plataforma de Acción señala la necesidad de que elaboren directrices profesionales y códigos de conducta para fomentar la presentación de imágenes no estereotipadas de la mujer, introducir una perspectiva de género en todas las cuestiones de interés para las comunidades, los consumidores y la sociedad civil.

Entre las medidas que deben adoptar los medios de comunicación, las organizaciones no gubernamentales y el sector privado están, por ejemplo, apoyar el desarrollo de nuevos medios optativos y la utilización de todas las formas de comunicación y financiar, según proceda, para difundir la información dirigida a la mujer y sobre la mujer y sus intereses; elaborar criterios y capacitar a expertos para que apliquen el análisis de género en los programas de los medios de comunicación.

Son numerosos los manifiestos, declaraciones, documentos, guías y manuales que se han aprobado durante las últimas dos décadas, en los diferentes países del mundo en defensa del uso de un lenguaje no sexista; en 1988, el Consejo de Ministros de Europa aprobó el Plan para la Igualdad de Oportunidades de las Mujeres (1988-1990) y, en febrero de 1990, incluyó una recomendación para la eliminación del sexismo en el lenguaje (Valle, et al, 1996).

Esta recomendación debía aplicarse en todas las áreas de la vida pública y privada, como son: prácticas lingüísticas actuales; lenguaje y terminología de los textos (jurídicos, administración pública, educación), y medios de comunicación.

Cinco años después de la Conferencia de Pekín, en el 2000 se realizó la Octava Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe en Perú, ahí los países participantes firmaron el Consenso de Lima.

Tras reconocer la importancia de contribuir a lograr una presencia equitativa de las mujeres en los medios de comunicación y una representación digna en ellos, en el capítulo W los gobiernos se comprometieron a “promover acciones que estimulen el acceso equitativo de las mujeres a las comunicaciones y las nuevas tecnologías de la información, y que contribuyan a contrarrestar estereotipos sobre las mujeres en los medios”.

Con el propósito de que se trate por igual a mujeres y hombres, en 2009 el Parlamento Europeo publicó un manual de estilo y de uso de la lengua que busca acabar con la discriminación de la mujer en los textos oficiales de los eurodiputados y funcionarios de esta institución, para las 22 lenguas oficiales en las que trabaja la Eurocámara.

Al darse a conocer la noticia, Mabel Burín, directora del Programa de Género y Subjetividad señaló “Ésta es una batalla en el plano simbólico” que aunque para muchas personas parecerá una estupidez e intentarán ridiculizarla, hay que pensar que las palabras no son neutras, tienen género. “Si el mundo está designado en masculino, al pensar hombre como raza humana, las mujeres nos quedamos afuera: somos las no dichas”, subrayó.

Pese a los avances en las legislaciones, en el tema de género y de igualdad, no todos los 27 países que integran la Unión Europea han establecido el mismo compromiso, aun cuando están obligados a respetar las directrices que prohíben la discriminación de género.

Como parte del equipo evaluador del desarrollo de la estrategia de comunicación de la Comisión Europea, Margaret Gallager, comenta (2009):

“En un principio, estas directivas aplican a todos los campos de actividad incluyendo los medios de comunicación. Pero cada país tiene su nivel específico de compromiso hacia estos principios. Naciones como Suecia, Finlandia o el Reino Unido tienen una historia más extensa con el compromiso con la legislación de la igualdad que países como Francia, Italia y aún Alemania. Y, en cierta medida, se puede ver esto reflejado en el contenido de los medios de los diferentes países”.

Hay temas que los medios de comunicación tratan con mayor frecuencia. Es el caso de problemas relacionados con la violencia contra las mujeres, la violación como un arma de guerra o las dimensiones de género del VIH o del Sida.

“Sucede, digamos, de 15 a 20 años atrás. Si nos remontamos en la historia y observamos estos desarrollos, creo que encontraremos que inicialmente fueron las mujeres periodistas quienes empezaron a informar esas problemáticas que anteriormente habían sido ignoradas” (Santoro, 2009).

Para Gallager, “los periodistas varones también informan de este tipo de problemática que ahora es parte de las noticias estándares de determinadas agendas. Por supuesto que nos tenemos que resguardar del sensacionalismo de estas cuestiones pero, lamentablemente, esto sucede de manera frecuente. Sin embargo, en general, creo que deberíamos observar esta expansión de la agenda de noticias como un desarrollo positivo para las mujeres”.

## **La construcción de la noticia**

Como ya se mencionó en capítulos pasados, la sociedad actual demanda otro tipo de información. Por ello, los medios de comunicación tienen que enfocar parcelas de la vida humana y ámbitos sociales novedosos sobre los que dirigir su interés. La introducción de la perspectiva de género en la información puede ser una innovadora manera de mirar, de interpretar la realidad con otros ojos y de hacer posible que aparezcan otras visiones del mundo.

Pero, ¿cómo desarrollar una construcción de la información desde un lenguaje no sexista en la realidad informativa de hoy? Todas las fases del proceso informativo están íntimamente relacionadas y no hay ninguna decisión que se tome en alguna de ellas que no afecte, de una manera u otra, a todas las demás.

Con esto “queremos decir que decisiones tomadas por cargos directivos del medio (de comunicación) afectarán a la tarea concreta de cada periodista en particular, lo cual impedirá que pueda tomar iniciativas sin la aceptación explícita de la dirección” (Bach, et al, 2000).

Tras reconocer que las posibilidades de cambio en el contenido de los medios de comunicación no son un asunto individual de cada profesional, pues son poderosas instituciones insertadas en un contexto social, político y económico determinado, las autoras de *El sexo en la noticia...* señalan que “resultaría pueril e ingenuo no tener en cuenta las limitadas, en la mayoría de los casos, posibilidades de acción de cada periodista en particular”.

De ahí la necesidad de buscar nuevas alternativas; por ello, con base en el proceso informativo total, a partir del planteamiento de Francesc Burguet, en *La construcción de la noticia*, proponen a quienes ejercen el periodismo en los medios una clasificación en tres fases: pretextual, textual y supratextual, en cada una de ellas hacen una serie de recomendaciones a tomar en cuenta por cada periodista, de tal manera que pueda visualizar en cuál de ellas puede tener, además de mayor responsabilidad, un margen de acción más amplio.

La primera fase, pretextual, afecta a la política informativa del medio. Aquí la introducción de cambios (buenas prácticas) depende de la voluntad de las empresas periodísticas que actúan en un contexto sociopolítico, en ella se propone:

1. Poner el punto de atención en los otros escenarios de la sociedad civil que no sean propiamente instituciones oficiales, donde las mujeres tengan un papel preponderante como dinamizadoras sociales, voluntarias y protagonistas de iniciativas innovadoras.
2. Valorar de manera paritaria la cobertura de los acontecimientos, sin subordinar los asuntos protagonizados por alguno de los dos sexos, mujeres u hombres, al otro.
3. Reflexionar acerca de las consecuencias de los temas tipificados que aparecen con regularidad, pues si bien tienen una parte positiva –ya que contribuyen a crear un debate público– pueden generar la simplificación de los significados, la fijación de modelos y la perpetuación de clichés.
4. Tener en cuenta que la audiencia está formada por mujeres y por hombres. Se ha de intentar satisfacer las necesidades informativas de ambos sexos y la pluralidad de intereses que representan, “no las de un supuesto ser humano neutro que no tiene existencia real”.
5. Considerar que los grandes cambios experimentados por las mujeres en las sociedades democráticas deben tener su correlación en los medios de comunicación y ofrecer la diversidad de roles que las mujeres desarrollan actualmente.
6. Propiciar que las informaciones incorporen la perspectiva de género, teniendo en cuenta que esto puede ampliar la tarea de interpretación y análisis de la sociedad y evitar la exclusión del colectivo femenino.

Es en la segunda fase, textual, donde la o el periodista tiene una responsabilidad mayor, ya que “los patrones culturales, según los cuales el género está rígidamente estereotipado, pueden deslizarse en la redacción de los textos y de los titulares, en la selección de las imágenes y las metáforas, y en la manera de abordar la información general”. Una opción para la o el periodista es seguir las siguientes recomendaciones (Bach, et al, 2000):

1. Evitar el genérico masculino para denominar a colectivos mixtos. El objetivo: hacer más visibles a las mujeres dentro de las noticias. “Esta práctica contribuye a dar una información más cuidada y evita que la presencia de las mujeres en los acontecimientos quede camuflada”.
2. Procurar aportar una dimensión más abierta y completa de los diferentes roles que cualquier persona desarrolla en la sociedad actual y utilizar los mismos criterios de valoración para las mujeres y para los hombres que ejercen una carrera profesional, ya sea de elite o no.
3. Dar un trato paritario a las mujeres y a los hombres. En caso de duda, hay que preguntarse si se ofrecería la información de la misma manera si el personaje fuese del otro sexo.

4. Rechazar los estereotipos, de manera que las historias que se explican hagan referencia a personas, no a clichés que proponen una interpretación sesgada. Evitar los que tipifican a las mujeres como: víctimas, objetos de investigación, usuarias de la sanidad, consumidoras y otros papeles tradicionales.
5. Evitar alusiones despectivas, groseras o demasiado elogiosas que no aporten nuevos contenidos informativos. "Es necesario aplicar los mismos criterios en la descripción del aspecto físico, la indumentaria o las aficiones extraprofesionales, tanto para las mujeres como para los hombres".
6. Identificar correctamente a las personas por su nombre y apellidos, cargo y/o profesión, sin añadir palabras como "mujer" o "señora" al cargo o actividad a que se hace referencia.
7. Evitar referencias de parentesco: esposa, viuda, hija, amante, amiga, siempre y cuando no sea un dato relevante para entender la información.
8. Tener en cuenta que el modelo de audiencia actual, con algunas excepciones, como hombre adulto, de formación media y acomodado, difumina otros segmentos de población que podrían ser agrupados por sexo y género, edad, intereses sociales y culturales.

A la tercera fase y última, supratextual, se le considera subsidiaria de la pre-textual ya que ambas obedecen a una misma jerarquía. Esta fase depende de la voluntad de quien tiene la potestad de organizar los contenidos, jerarquizar las informaciones, en definitiva "otorgarles sentido al relacionarse entre sí", aquí se propone:

1. No subordinar las informaciones protagonizadas por mujeres a la disposición del espacio ni a la colocación de la página.
2. Buscar la coherencia entre la información y la imagen que la acompaña. Evitar el uso de ilustraciones que no aporten nuevos datos o que desvíen la atención del tema tratado.
3. Respetar a las personas o personajes que aparezcan. Evitar la utilización gratuita y deliberada del cuerpo de las mujeres.
4. Reflexionar acerca de la importancia y la repercusión que un determinado tratamiento puede tener en la promoción o freno de cualquier práctica llevada a cabo por mujeres, ya que "la imagen social que se da y la escasa valoración de sus actividades pueden repercutir en el nivel de dedicación, en el grado de autoestima y en la formación de futuras generaciones".
5. Propiciar estudios de audiencia cualitativos (monitoreos, observatorios) para evaluar el impacto en las preferencias, actitudes e intereses de los diferentes segmentos de la población.

El objetivo de la o el periodista de hoy es el mismo de siempre: informar, es decir, hacer bien su trabajo para que la persona que reciba la información pueda entender el mundo que está a su alrededor, para que se entere y se eduque, decía Ryszard Kapuscinski, una profesión en la que lo principal es “la lucha y el esfuerzo por una buena calidad profesional y un alto contenido ético”.

La mayor satisfacción en el periodismo es escribir todo lo que se quiere, algo que no siempre se nos está permitido.

“En esos casos, tenemos que calcular que será mejor para el bien común, para la opinión pública, y para la causa misma de la historia. Seguramente será que llegue, aunque reducida, al mayor número de lectores que se pueda” (Kapuscinski, 2003).

Y ¿qué hacer cuando, tarde o temprano, quien ejerce el periodismo se enfrenta a la censura? Sobre todo cuando se ha invertido tiempo y trabajo investigando un caso al que el medio, por ser importante y fijar su agenda, decide otorgar poco espacio o no publicarlo.

“Mientras más grande sean el periódico, el canal de televisión y la estación de radio, mayor será la censura. En esos terrenos siempre juegan otros intereses antes que la verdad. Y en ese juego no hay una respuesta buena. Hay que luchar y negociar, porque no hay otra solución que hacer los mejores compromisos que podamos para nuestra misión profesional” (Kapuscinski, 2003).

No obstante esta realidad de los medios de comunicación, existe algo más peligroso que la censura: la autocensura (el censor interno).

“Más allá del daño a la sociedad que provoca la censura como institución, también nosotros sufríamos el daño de la autocensura que disparaba nuestros mecanismos de silencio internos. Y si bien la gente de poco talento se escudaba en los controles (durante el régimen socialista en Polonia) para no escribir determinadas cosas, es cierto que en general la censura produjo una influencia negativa en todos los que nos dedicábamos a la producción literaria y periodística. Pero también hubo gente que no sólo luchó contra la censura, sino que le dio pelea a su censor interno, acaso más peligroso que el mecanismo exterior” (Kapuscinski, 2003).

## **La transversalidad de género, un plus para el periodismo actual**

Para el periodismo el concepto de transversalidad ofrece una buena posibilidad de integrar un enfoque de género en el trabajo cotidiano.

Consiste en la consideración y evaluación del impacto, para mujeres y hombres, de los temas políticos y sociales que son objeto de cobertura. Esto implica tomar en cuenta que hay diferencias en las necesidades y realidades de ambos sexos. El objetivo: evitar discriminaciones y oponerse a las desigualdades existentes, aprovechando el poder que tienen quienes ejercen el periodismo para promover la igualdad de género.

Si bien, originalmente, este concepto fue elaborado para organizaciones e instancias con poder de decisión política, también es adecuado para un análisis independiente y un periodismo crítico que se mantiene alerta y vigilante (Gothmann, 2001).

Para lograr la igualdad entre mujeres y hombres en la cobertura periodística, la transversalidad de género puede servir como herramienta clave, pero ¿cómo aplicar este concepto en el trabajo cotidiano?

El equipo de las y los periodistas necesita alguna experiencia con las relaciones de género y acceso a datos desglosados por sexo. Si éstos no están disponibles, tendrán que recurrir a su experiencia diaria. Periodistas con esta práctica pueden, fácilmente, llevar a cabo los dos pasos de la evaluación antes de comenzar el trabajo en cualquier tema, a través de las siguientes preguntas: ¿Hay pertinencia respecto al género? y ¿cuáles son las diferencias entre mujeres y hombres? (Gothmann, 2001).

Este análisis puede ser muy breve o realizarse mediante una evaluación profunda de las vidas afectadas de mujeres y de hombres.

Ahora bien, para hacer una evaluación en función de género podemos utilizar una referencia de lo que se haría para la transversalidad del gasto; es decir, realizar una evaluación económica con un cálculo mental rápido o con un plan de gasto de varias páginas; del mismo modo, se puede tener como parámetro de análisis de la relevancia de una noticia para escoger y ordenar las informaciones de manera equilibrada, o la evaluación puede dar nuevos aportes para un comentario o un reportaje más profundo que tome en cuenta los impactos diferentes, que antes nunca fueron mencionados, para garantizar una cobertura periodística equilibrada del tema.

Aquí lo relevante es que tomar en cuenta diferentes puntos de vista, en este caso de mujeres y de hombres, no solamente es importante para la igualdad entre los sexos, "es también una regla fundamental para un periodismo de calidad. Mostrar la realidad de las personas afectadas (juventud, tercera edad, indígenas, diversidad sexual) y hablar con ellas y ellos (mujeres y hombres) directamente ayuda a una cobertura dinámica y objetiva" (Gothmann, 2001).

En algunos asuntos, el desconocimiento acerca de la participación de la mujer es evidente, como en los siguientes ejemplos:

Cuando se publican las estadísticas anuales de los suicidios debemos mencionar, al menos, la distribución de los sexos, es decir, la participación de mujeres y de hombres. En la mayoría de los casos en América Latina el porcentaje más alto corresponde a los hombres. Si abordásemos el tema más

ampliamente, tendríamos que preguntarnos cuáles fueron los recursos que tuvieron a su disposición las o los suicidas. Interrogantes como ¿existen diferencias entre la educación y formación o la situación económica? nos ayudarían a tener más claro el aspecto de los recursos.

Generalmente, las normas y los valores tienen gran importancia en la decisión a favor del suicidio. De igual manera los valores cristianos pueden impedir un suicidio aunque, por otro lado, alguna esperanza de la sociedad, que se refleja en las normas, pueden evocarlo si la persona siente que no corresponde a tales expectativas. Los comportamientos, tanto para las presiones que existen para mujeres y hombres, son distintos en este ámbito y pueden servir para el análisis de las estadísticas de suicidios.

Un tema más complejo y donde las distintas implicaciones para mujeres y hombres no son tan evidentes, podría ser cuando abordamos el aspecto de la descentralización en el trabajo al escribir un artículo. Las repercusiones variarán dependiendo del enfoque del informe en cuestión (Gothmann, 2001).

Una evaluación del impacto en función de género puede demostrar lo siguiente:

Primero, debemos preguntarnos en qué área las consecuencias de la descentralización son más representativas para la población o cuáles son los efectos en el área que nos interesa. Luego podemos sacar algunas conclusiones al respecto de la participación de mujeres y hombres.

La decisión para un proceso de descentralización pudo haber sido tomada por hombres, la mayor parte de las veces. Sin embargo, las mujeres podrían desempeñar mayor cantidad de cargos en gobiernos locales y en puestos de toma de decisiones en la administración. Así, su participación en los procesos de toma de decisiones puede aumentar.

Si las ventajas en la población se encuentran en una administración menos compleja, los recursos de tiempo pueden ser utilizados más eficientemente. Las mujeres son la población que mantiene mayor contacto con los gobiernos locales, pues dentro de las normas tienen esta tarea. Por esto, serían las más aventajadas, de darse la descentralización.

Durante un proceso de este tipo, los derechos de la ciudadanía, en general, pueden ser mejorados, pues su participación en los procesos democráticos aumenta y la distancia a los tribunales disminuye. Este progreso también puede ser más favorable para las mujeres, si ellas antes no tenían los recursos o el acceso directo a la justicia.

En la práctica periodística debemos considerar estas diferencias. Con ello, se abre una perspectiva muy distinta que ya no generaliza los impactos para mujeres y hombres, presentando sólo una parte de la realidad. Como hemos visto, algo que parece neutral, como la descentralización puede tener consecuencias muy diferentes para las mujeres, cuestión que en el momento de hacer una nota informativa, una entrevista o un reportaje debe ser clara (Gothmann, 2001).

## Resumen

Se han aprobado numerosos manifiestos, declaraciones, documentos, guías y manuales durante las últimas dos décadas, en diferentes países del mundo, en defensa del uso de un lenguaje no sexista. Un nuevo paradigma, gestado por la cultura feminista, cuyo referente político fue la Conferencia Mundial sobre las Mujeres, realizada en Pekín en 1995, en donde 180 países suscribieron la Plataforma de Acción, que integra un conjunto de acuerdos dirigidos al cambio en la inequidad entre mujeres y hombres.

En el marco de la Plataforma de Pekín (sección J, Capítulo IV) se define como objetivo estratégico fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión; se establecen las medidas que han de adoptar gobiernos y organizaciones internacionales, y en relación con los medios de información de masas y las organizaciones de publicidad señala la necesidad de que elaboren directrices profesionales y códigos de conducta para fomentar la presentación de imágenes no estereotipadas de las mujeres, además de introducir una perspectiva de género en todas las cuestiones de interés para comunidades, consumidores y sociedad civil.

La introducción de la perspectiva de género es una innovadora manera de mirar la realidad y de hacer posible que aparezcan otras visiones del mundo. Para el periodismo de hoy el concepto de "transversalidad" ofrece una buena posibilidad de integrar un enfoque de género en el trabajo cotidiano. Consiste en la consideración y evaluación del impacto, para mujeres y hombres, de los temas políticos y sociales que son objeto de cobertura. Esto implica tomar en cuenta que hay diferencias en las necesidades y realidades de ambos sexos. El objetivo: evitar discriminaciones y oponerse a las desigualdades existentes, aprovechando el poder que tienen quienes ejercen el periodismo para promover la igualdad de género.

# Ayuda de trabajo 1

Toma alguna nota del día. Ve desde qué concepto de noticia, desde qué idea del mundo ha sido elaborada y reescríbela desde otra óptica\*.

He aquí un ejemplo tomado de las páginas culturales de un periódico mexicano:

## **Autoridades Adentro, Consejeros Afuera**

Fue pospuesta la instalación del Consejo de Difusión Cultural de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), debido a la imposibilidad de dar acceso a la torre de Rectoría a sus integrantes y a la prensa. Las puertas del edificio se cerraron porque un grupo de madres de familia, con sus pequeños, hizo un plantón para demandar mejores servicios en las guarderías de la máxima casa de estudios. Después de una hora de espera, se tomó la decisión de cancelar el evento hasta nuevo aviso.

Las negociaciones de las manifestantes continuaban y nadie podía entrar, pero tampoco salir. "Es un asunto ajeno a la voluntad de la coordinación", dijo finalmente, entre las rejas, Enrique Balt, secretario del Consejo de Difusión Cultural de la UNAM.

Se decidió suspender la sesión, aunque ya estaban presentes las autoridades universitarias, porque 27 miembros del Consejo, de los 32, estaban fuera. Este Consejo tiene por objeto... (El resto de la nota abunda en la estructura, planes y metas del multicitado Consejo). Parece evidente que la reportera que firma la nota está primordialmente interesada por las autoridades de la Universidad. Ella considera que lo que constituye la noticia es que el Consejo de Difusión Cultural no pudo reunirse. Esto se nota desde la cabeza "Autoridades adentro, consejeros afuera". De modo que autoridades y consejeros, según quien escribió la nota, son los protagonistas del hecho.

Las mujeres con sus pequeños hijos, reclamando mejores servicios en las guarderías sólo son sujetos de noticia en tanto fueron el obstáculo para que la reunión se celebrara. No son dignos de tomarse en consideración como actrices y actores de un problema social: el que las guarderías no cumplen con las necesidades de las trabajadoras de la UNAM y sus hijos pequeños.

A quien escribió la nota no se le ocurrió cubrir también las demandas de las mujeres y el proceso de negociación que se efectuaba entre ellas y las autoridades. Aquí, para disculparla, hay que decir que es probable que estos asuntos tengan sin cuidado al diario en que trabaja. Sin embargo, no sería de

extrañar que a la periodista misma tampoco le parezcan de suficiente interés público. Sea por las razones que sean, la nota resulta sexista.

Si están ustedes de acuerdo con este somero análisis y la conclusión a la que llega, ya estarán pensando de qué otra manera pudieron haberse encarado los sucesos de la UNAM, cómo podría dársele la vuelta a la noticia y producir una nota periodística no sexista.

Aunque faltan los datos referentes a los servicios en las guarderías, tal vez podamos jugar imaginariamente con situaciones lógicas posibles, mover el lente hacia el punto de vista de las mujeres y los niños manifestantes y armar la nota de otra manera.

### Ejercicio

Arma la nota de un modo no sexista:

- ¿Qué cabeza le pondrías?
- ¿Cómo darías la información sin privilegiar a las autoridades y a los consejeros por encima de las trabajadoras y sus hijos?
- ¿Cómo darías vuelta la noticia para hacer notar que el problema de las guarderías de la UNAM es, al menos, tan importante como la cancelación de una junta del Consejo de Difusión Cultural de dicha institución?

## Ayuda de trabajo 2

Mañana el Presidente de la República va a anunciar el nombre de quien ocupará la Secretaría de Relaciones Exteriores. Hay dos personas que están como candidatas en estrecha competencia: el tesorero del Partido en el gobierno y la presidenta municipal de la segunda ciudad más importante en el país. Ambas son personas que no se conocen públicamente.

Se te encarga que realices una entrevista de semblanza a quien se quede en el cargo. La decisión no se sabrá hasta que se anuncien en una conferencia de prensa. ¿Cómo prepararías la entrevista?

Enumera siete de las preguntas que harías y señala los aspectos principales que destacarías de acuerdo con el nombramiento.

# Ayuda de trabajo 3

Escoge un tema que te guste, o alguno de los que te sugerimos en este ejercicio, y elabora un artículo basado en la equidad de género. Antes de comenzar realiza una evaluación del impacto en función de género, cuida también las imágenes de mujeres y hombres y el lenguaje que utilices.

Temas posibles:

1. Salud, prevención de cáncer.
2. Educación, inversiones en instalaciones deportivas.
3. Migración, la migración de población latinoamericana a Estados Unidos.

*\* El abc de un periodismo no sexista. Espacio para la igualdad,  
Fempres, Chile, 1996.*



## 8. Cambios de estilo

El lenguaje sólo cambiará si existe la voluntad de hacerlo cambiar. De igual forma que las mujeres han ido avanzando progresivamente en la sociedad, el lenguaje plasmará esta realidad; que inicie en los medios de comunicación es una buena manera de empezar.

*(El sexo de la noticia. Reflexiones sobre el género en la información y recomendaciones de estilo)*

Para no incurrir en discriminación lingüística, al momento de redactar una noticia hay que tomar en cuenta varios aspectos. Uno de los usos más frecuentes, por ejemplo, es el masculino genérico. Si buscamos fomentar un lenguaje no sexista en el trabajo periodístico podemos revisar algunas reglas que nos permitirán evitar la discriminación lingüística, saber si nos acercamos o no a un lenguaje no sexista y si aplicamos la perspectiva de género.

Uno de los fenómenos más frecuentes de discriminación lingüística es el abuso del masculino genérico, ya que algunas veces oculta a la mujer y otras crea ambigüedad en cuanto a la inclusión de los dos sexos y si queremos conseguir un lenguaje igualitario” debemos evitarlo, siempre que sea posible (Ayala Castro, et al, 2006).

### **Cómo evitar la discriminación lingüística**

Para facilitar la comprensión de esta importante sección, tomamos algunos modelos de diarios españoles; los consideramos válidos como una muestra de los cambios que pueden hacerse si buscamos un lenguaje no sexista en el trabajo periodístico.

#### **a. Utilizar genéricos colectivos o abstractos.**

Nuestra lengua posee sustantivos que, ya tengan género gramatical femenino o masculino, nombran o se refieren simultáneamente a mujeres y hombres, son los genéricos: persona, gente; colectivos: alumnado, profesorado, vecindario, electorado, o abstractos: jefatura, abogacía, dirección, tesorería.

Ejemplo:

Noventa por ciento **de los clientes** del hotel repite en Semana Santa.

Cambia por:

Noventa por ciento **de la clientela** del hotel repite en Semana Santa.

En esta solución, es preciso tomar en cuenta que no siempre es factible usarla en todos los contextos, pues en algunos casos no se puede sustituir: jefes o jefas por jefatura; secretarios o secretarías por secretaría, tesorero o tesorera por tesorería (Ayala Castro, et al, 2006).

No obstante, en ocasiones, “ésta puede ser una opción adecuada para los titulares de los periódicos, ya que permite obviar el sexo de la persona que desempeña el cargo, o para la cabecera de las secciones periodísticas”.

**b. Acudir al uso de perífrasis que resuelvan la ambigüedad que ocasiona el masculino plural, si no es posible disponer de nombres genéricos, colectivos o abstractos.**

Ejemplo:

**Seis muertos** [...], en un accidente en Italia. (El Mundo, 8-VI-03)

Cambia por:

**Seis personas muertas** [...], en un accidente en Italia.

**c. Utilizar la forma femenina de los nombres de los cargos, profesiones y oficios cuando los desempeñan mujeres, como ya nos referimos en el Capítulo 5.**

**d. Evitar construcciones que puedan resultar ambiguas.**

Aquí el pronombre relativo “que” precedido del artículo masculino (el/los) puede resultar, en ocasiones, ambiguo e indeterminado, de ahí que proponga que en estos casos sea preferible sustituir “que” por el pronombre *quien* o el genérico *persona* (Ayala Castro, et al, 2006).

Ejemplo:

Para **los que están saturados** de bailes y vinos, las alternativas son varias: desde cibercafés a visitas guiadas en los museos para disfrutar de las obras de diversos artistas. (El Mundo, 23-VIII-03, página 8)

Cambia por:

Para **quienes están saturados** de bailes y vinos, las alternativas son varias: desde cibercafés a visitas guiadas en los museos para disfrutar de las obras de diversos artistas.

Para las personas que están saturadas de bailes y vinos, las alternativas son varias: desde cibercafés a visitas guiadas en los museos para disfrutar de las obras de diversos artistas.

De igual modo, señala cuándo el pronombre relativo *quienes* puede sustituir al pronombre masculino aquellos.

Ejemplo:

Otra cosa es la responsabilidad política y moral de **aquellos que han** hecho la guerra. (La Razón, 30-III-03, página 27)

Cambia por:

Otra cosa es la responsabilidad política y moral de **quienes han hecho** la guerra.

Para evitar la indeterminación genérica que a veces producen las frases construidas con los pronombres indefinidos uno, unos; todo, todos, y alguno, algunos, propone recurrir a genéricos como persona o alguien, o a distintas construcciones verbales de acuerdo con el contexto.

Ejemplo:

Cuando **uno termina de comer**, hay que dejar el tenedor y el cuchillo en el plato [...] (El País, 24-VIII-03, página 3)

Otras posibilidades:

Cuando **una persona termina de comer**, hay que dejar el tenedor y el cuchillo en el plato [...]

Cuando **terminamos de comer**, hay que dejar el tenedor y el cuchillo en el plato [...]

Cuando **se termina de comer**, hay que dejar el tenedor y el cuchillo en el plato [...]

Otro caso, es cuando el empleo de determinantes sin marca de género elimina también la ambigüedad genérica, como sucede al usar cada o cualquiera en lugar de todos.

Ejemplo:

**Todos los aspirantes** a la plaza deberán entregar su documentación en el plazo de diez días hábiles.

Cambia por:

**Cada aspirante** a la plaza deberá entregar su documentación en el plazo de diez días hábiles.

Cuando la eliminación del determinante, ante aquellos sustantivos que tienen una sola terminación para ambos géneros, puede evitar construcciones sexistas, sugiere.

Ejemplo:

Además de importantes novedades [...] esta edición de Hostelequip presenta una serie de actos dirigidos **a los profesionales** de la hostelería. (La Opinión de Málaga, 7-III-05, página 27)

Cambia por:

Además de importantes novedades [...] esta edición de Hostelequip presenta una serie de actos dirigidos **a profesionales** de la hostelería.

Cuando sea posible, se debe omitir el sujeto de la oración o sustituirlo por construcciones impersonales con *se*.

#### **e. Evitar en lo posible los desdoblamientos y las barras.**

Con relación al signo barra (/), aunque sí lo considera adecuado para los impresos del lenguaje administrativo, la Guía señala que no es de entre los procedimientos lingüísticos no sexistas el más adecuado para el lenguaje periodístico, ya que “no posee fácil lectura, salvo que pronunciemos los dos sustantivos completos (amigo y amiga), lo que no es lingüísticamente económico”, por lo que recomienda que –siempre que sea posible– es mejor emplear un genérico, colectivo o abstracto.

No obstante, “si usamos la barra, debemos de hacerlo de forma sistemática para no ocasionar ambigüedad a la hora de interpretar el discurso, ya que si empleamos un término con barra señalando que nos referimos a los dos sexos, y a continuación, empleamos otros sin barra, podemos considerar que unas veces se tienen en cuenta los dos sexos y otras no”.

Ejemplo:

No quisiera terminar sin mostrar mi apoyo a **todos los/las** profesionales de los medios de comunicación que no entran en estos juegos y que trabajan con la única intención de tenerlos **informados**. (La Opinión de Málaga, 15-III-03, página 27)

Cambia por:

No quisiera terminar sin mostrar mi apoyo a **todas/os las/los** profesionales de los medios de comunicación que no entran en estos juegos y que trabajan con la única intención de tenerlos **informadas/os**.

Una posibilidad de no usar la barra es:

No quisiera terminar sin mostrar mi apoyo a **quienes son** profesionales de los medios de comunicación que no entran en estos juegos y que trabajan con la única **intención de informar**.

#### **f. Eludir el uso de la arroba.**

El símbolo @, aún cuando actualmente aparece con frecuencia en algunos medios como abarcador de los dos sexos, no debe utilizarse (Ayala Castro, et al, 2006).

“Ya que no es un signo lingüístico y, en consecuencia, no tiene reproducción oral. En todo caso, puede ser admisible en el lenguaje publicitario, ya que este es un lenguaje heterogéneo que usa múltiples códigos y signos; sin embargo, debe evitarse siempre en el lenguaje periodístico”.

## Uso de otras estrategias

En el *Manual para el uso no sexista del lenguaje “lo que bien se dice... bien se entiende”*, editado por Vereda Themis y Unifem, se propone el uso del gerundio como una estrategia para construir un lenguaje no sexista.

Sintácticamente es posible utilizar el gerundio para evitar el uso de algunas palabras que se identifican, por lo general, con los hombres. Por ejemplo: políticos, diplomáticos, médicos; o gentilicios a los que recurrimos por la costumbre, aunque la sociedad haya cambiado y las palabras ya no respondan con exactitud a lo que literalmente estamos diciendo.

Ejemplos:

Si **los diplomáticos tuviéramos** más competencias, mejoraría la gestión.

Cambia por:

**Teniendo** más competencias, mejoraría la gestión diplomática.

Si **los policías trabajaran** con mejores condiciones habría más seguridad.

Cambia por:

**Trabajando** con mejores condiciones la seguridad policial aumentaría.

Si **los votantes optan** por ese partido, ganaremos poco.

Cambia por:

**Votando** por ese partido, ganaremos poco.

**Los veracruzanos** tienen muchas plantaciones de café.

Cambia por:

**En Veracruz** hay muchas plantaciones de café.

**Los costños** comen mucho pescado.

Cambia por:

**En la costa** se come mucho pescado.

Nos permite hablar o escribir sin invisibilizar ni ocultar a nadie, el uso de pronombres, adjetivos y nombres que no varían en lo que se refiere al género, sin anteponerles determinantes.

Ejemplos:

**Representantes** de barrio

En lugar de: **Los representantes** de barrio

Es **portavoz** del sector empresarial

En lugar de: Es **el portavoz** del sector empresarial

Es **cantante** del grupo

En lugar de: Es **el cantante** del grupo

**Eran** inteligentes y amables

En lugar de: **Ellos eran** inteligentes y amables

**Usted puede** elegir su defensa

En lugar de: **El acusado puede** elegir su abogado

En nuestra lengua, no es imprescindible poner el sujeto en forma explícita en todas las oraciones (*Manual para el uso...*, 2006).

“Esto se toma como una reiteración, pues el sujeto se reduce de la forma verbal que usamos. Para quienes necesitan ahorrar palabras, ésta es una fórmula ideal que ni siquiera exige pensar en sustitutos del masculino o buscar genéricos”.

Una fórmula ideal “para no complicarse la vida” que es muy fácil.

Ejemplos:

**Queremos** garantizar la equidad

En lugar de: **Nosotros queremos** garantizar la equidad

**Buscaban** mejores condiciones

En lugar de: **Ellos buscaban** mejores condiciones

**Dijo** que vendría más tarde

En lugar de: **Él dijo** que vendría más tarde

**Pensaban** que todo saldría bien

En lugar de: **Ellos pensaban** que todo saldría bien

**Ganaremos** el partido

En lugar de: **Nosotros ganaremos** el partido

En cuanto a sintaxis se refiere existe el recurso de las oraciones pasivas reflejas. Aunque no es un recurso tan fácil como el anterior, si se piensa en colectivos como instancias, más que como suma de personas, puede resultarnos útil incluso para desmitificar algunas imágenes y recuperar el protagonismo de esas instancias, dando a la vez una idea más democrática y plural (*Manual para el uso...*, 2006).

Ejemplos:

Decir: **El Congreso** está buscando soluciones

En lugar de: **Los diputados** están buscando soluciones

Decir: **Se decidirá** en la mesa directiva

En lugar de: **Los integrantes** de la mesa directiva decidirán

Decir: **El tema** será debatido en la dirección del sector

En lugar de: **Los dirigentes** del sector debatirán el tema

Decir: **Se darán** alternativas desde el partido

En lugar de: **Los miembros** del partido darán alternativas

Para aprender a detectar el sexismo en el lenguaje, el feminismo aplica la “regla de la inversión”, que consiste en cambiar “mujer” por “varón” o “esposa” por “marido” y ver qué sucede.

La regla de la inversión puede aplicarse a cualquier situación social, a un texto escrito, a la conducta verbal. Si, después de la inversión, todo queda más o menos igual, puede asegurarse que no hay sexismo. Si, por el contrario, aparece algo raro o chocante, la luz roja de alarma se ha encendido y debe analizarse nuevamente la situación directa a esta nueva luz. Casi siempre se encontrará como resultado final una situación sexista (Valle, et al, 1996).

Estos son algunos ejemplos en los que se puede observar qué sucede cuando se aplica esta regla:

Ejemplo

“Aquí estamos, en Puerto Príncipe, los **hombres de la prensa**, que somos el jamón del sandwich entre las autoridades y la gente del pueblo”.

(Noticiero de San Juan, Puerto Rico, 26 de julio de 1994)

Al cambiar queda:

“Aquí estamos, en Puerto Príncipe, **las mujeres de la prensa**, que somos el jamón del sandwich entre las autoridades y la gente del pueblo”. (Noticiero de San Juan, Puerto Rico, 26 de julio de 1994)

Ejemplo

“Según **los expertos** la salvación está en la investigación del proceso de envejecimiento, en donde **científicos** de varias disciplinas luchan por descifrar el código del proceso de envejecimiento y manipular su inversión”.

(*El Nuevo Día*, Puerto Rico, 26 de julio de 1994, página 58).

Al cambiar queda:

“Según **las expertas** la salvación está en la investigación del proceso de envejecimiento, en donde **científicas** de varias disciplinas luchan por descifrar el código del proceso de envejecimiento y manipular su inversión”.

(*El Nuevo Día*, Puerto Rico, 26 de julio de 1994, página 58).

Ejemplo

“De dos tiros y en la cama: **Matan trabajadora social divorciada**”.

(Titular *El Vocero*, San Juan, 5 de noviembre de 1994, portada).

Al cambiar queda:

“De dos tiros y en la cama: **Matan trabajador social divorciado**”.

(Titular *El Vocero*, San Juan, 5 de noviembre de 1994, portada).

Ejemplo

¡Ha muerto **un gran hombre público!**

Al cambiar queda:

¡Ha muerto **una gran mujer pública!**

## Cómo saber si nos acercamos a un lenguaje no sexista

En el manual *El abc de un periodismo no sexista. Espacio para la igualdad*, editado en 1996 por la agencia feminista latinoamericana Fempress, se propone un listado con un abanico amplio de posibilidades para aplicar un lenguaje antisexista. Al leerlos tal vez sea posible que la o el periodista ubique a qué distancia se encuentra, desde su propio trabajo y producción, cualquiera que éste sea, del ejercicio de un periodismo incluyente y con perspectiva de género.

Es antisexista la denuncia de la opresión particular de las mujeres en los diferentes espacios profesionales: salarios inferiores a los de sus compañeros varones, desempleo encubierto a partir de trabajos muy precarios en Latinoamérica, dificultad de acceso a espacios de decisión (política, empresarial).

Es antisexista poner en evidencia y denunciar aquello que les es adjudicado a las mujeres desde el estereotipo o la convención: terrorismo de la moda y de la belleza, terror al envejecimiento, rivalidad entre mujeres, tabú del lesbianismo, pasividad sexual, embarazos no deseados o abortos practicados en malas condiciones, violaciones u otras violencias psíquicas, tareas domésticas y/o educativas adjudicadas sólo a las mujeres y por eso desvalorizadas, autodenigramiento y a menudo odio por las mujeres mismas, mitología del sacrificio y la abnegación.

Es antisexista la crítica de la virilidad reducida a la capacidad eyaculatoria o al gusto por el poder; en este sentido, suele considerarse legítima la imagen de un hombre devorado por la necesidad de hacer carrera, del éxito, y de la obligación de abastecer él solo a toda su familia. Por esto mismo, y a pesar de los privilegios que le reserva la cultura, muchos de los mandatos que recibe desde niño coartan su sensibilidad.

Es antisexista mostrar la participación masculina en cada intersticio de lo cotidiano, en el corazón de la vida, para cuidar de los niños y para asumir las tareas domésticas, de las cuales conviene reevaluar el costo económico y analizar su verdadero valor. No consisten en una sucesión de gestos robotizados sino implican una multiplicidad de competencias así como una verdadera administración.

Es antisexista dignificar las imágenes que ponen en escena de manera destacada (con imágenes, con relatos) a mujeres adultas, mujeres viejas, aquellas que, desde sus arrugas o desde sus cabellos blancos, puedan hablar con inteligencia y experiencia de las cuales nos podemos beneficiar.

Es antisexista toda tentativa para salir de esta situación desde una actitud individual vigilante y puntual hasta la asunción de compromisos colectivos en algún frente profesional, sexual, político e ideológico que se preocupe por sostener la igualdad entre varones y mujeres.

Es antisexista toda búsqueda que tienda a la mutación de roles femeninos y masculinos; por ejemplo, son antisexistas las imágenes que reproducen las relaciones tiernas y cómplices entre un hombre y un niño, la hermandad que nace entre mujeres. También aquellas que muestran a hom-

bres capaces de dulzura, sensibilidad, miedo, inseguridad, o mujeres capaces de fuerza, de eficacia, creadoras, no solamente de vida sino de obras.

Es importante mostrar, subrayar, en algunos casos, la participación de las mujeres en los reclamos obreros, campesinos, estudiantiles, ecológicos, de derechos humanos, y todos aquellos movimientos desde los que expresan su compromiso activo con su sociedad (Valle, et al, 1996).

Si se invierte el conocido slogan, "Lo que el hombre hace puede hacerlo también una mujer", y se alterna o complementa su uso con esta otra forma de enunciar, "esto que una mujer hace, puede hacerlo igualmente un hombre", se agregan matices a un sentido construido unilateralmente.

Finalmente, vale la pena recordar que la función de los medios en una democracia es dar voz a los distintos sectores de la sociedad y buscar mecanismos para que participen realmente del desarrollo social, económico y cultural de su país.

Las comunicadoras y comunicadores, entre ellos las y los periodistas, deben formarse no sólo como críticos de los medios sino como transformadores capaces de mediar entre las lógicas del mercado y las de su cultura, para que –como bien dice el comunicólogo Jesús Martín Barbero– tengan conocimiento de la historia, capacidad técnica y sensibilidad democrática. Tenemos que capacitar a nuestras mayorías y minorías no sólo en la apreciación de los medios sino también en su uso y apropiación (Valle, et al, 1996).

## Resumen

¿Cómo evitar la discriminación lingüística? Con ejemplos prácticos en este capítulo se proponen varias formas: uso de genéricos colectivos o abstractos, acudir al uso de perífrasis que resuelvan la ambigüedad que ocasiona el masculino plural, utilizar la forma femenina de los nombres de los cargos, profesiones y oficios cuando los desempeñan mujeres, evitar construcciones que puedan resultar ambiguas, no usar, en lo posible, los desdoblamientos y las barras, eludir el uso de la arroba y usar el gerundio como una estrategia para construir un lenguaje no sexista.

Es importante ubicar a qué distancia te encuentras del ejercicio de un periodismo incluyente. Fempress propone un listado de opciones para saber si practicas o no un trabajo periodístico no sexista con perspectiva de género.

## **Decálogo sobre violencia contra las mujeres en diario español. Primero en su tipo**

México, DF, 21 enero 08 (CIMAC).- En España el periódico *Público* incorporó un Decálogo para el tratamiento de la violencia contra las mujeres en su medio.

Esta es la primera vez que un medio de comunicación se dota de un código autorregulatorio para informar sobre la violencia de género, dice la información que aparece hoy en *Público*, al tiempo que expresa que “los redactores nos comprometemos a que nuestro decálogo sea de obligado cumplimiento”.

El decálogo recoge algunas propuestas de las principales especialistas en la materia y cuenta con el asesoramiento de Pilar López Díez, experta en comunicación y género.

Entre sus compromisos se encuentra el uso de términos “violencia de género”, “violencia machista”, “violencia sexista” y “violencia masculina contra las mujeres”, por este orden y rechaza las expresiones “violencia doméstica”, “violencia de pareja” y “violencia familiar”.

La violencia de género no es un suceso, sino un problema social. Por ello, no le daremos este tratamiento. No publicaremos fotos ni detalles morbosos, explica.

“Nunca identificaremos a las víctimas ni incluiremos información que pueda perjudicarlas a ellas o a su entorno.

“Respetaremos siempre la presunción de inocencia de los agresores. Una vez haya sentencia condenatoria, los identificaremos debidamente, destacaremos el castigo e intentaremos incluirlo en los titulares.

“Nunca buscaremos justificaciones o ‘motivos’ (alcohol, drogas, discusiones...). La causa de la violencia de género es el control y el dominio que determinados hombres ejercen contra sus compañeras.

“Evitaremos las opiniones de vecinos o familiares que no hayan sido testigos directos de los hechos. En cualquier caso, nunca recogeremos opiniones positivas sobre el agresor o la pareja.

“Intentaremos ofrecer opiniones de personas expertas en la materia. Priorizaremos las fuentes policiales y de la investigación. No se informará con precipitación.

“Sólo incluiremos testimonios de víctimas de malos tratos cuando no se hallen en situación de emergencia o bajo cualquier tipo de presión y siempre incluiremos en la noticia el teléfono gratuito de ayuda a las víctimas y cualquier otra información que les pueda ser útil”.

Mientras pasa esto en España, en México los medios tratan con torpeza e ignorancia, con sensacionalismo y prejuicio la violencia de género.

Hablar de violencia contra las mujeres es hablar de violencia social estructural producto de los sistemas políticos, económicos y sociales dominantes que niegan el acceso a una vida digna y libre de violencia a miles y millones de mujeres en el planeta.

En ese sentido, Comunicación e Información de la Mujer (CIMAC), ha desarrollado un trabajo permanente para crear una cultura de respeto a los derechos humanos de las mujeres dentro de los medios que contribuya a la transformación de la situación de subordinación y desventaja que viven hoy en día.

Por otra parte, la Plataforma de Acción de Beijing define como objetivo "alentar a los medios de comunicación a que examinen las consecuencias de los estereotipos sexistas, incluidos aquellos que se perpetúan en los anuncios publicitarios que promueven la violencia y las desigualdades de género".

Esta innovación con la que nos sorprende hoy el periódico español *Público* puede ser un ejemplo a seguir por otros medios escritos o electrónicos, ya que la violencia de género es un atentado a los derechos humanos de las mujeres y, además, uno de los más graves problemas sociales.

# Ayuda de trabajo 1

Analiza algunas entrevistas publicadas en la prensa:

Piensa qué preguntas pudieron haberse agregado para lograr una nota crítica, no sexista.

Haz una lista con estas preguntas.

Revisa si es posible reescribir una nota con perspectiva de género a partir de la información que contiene alguna de las entrevistas.

# Ayuda de trabajo 2

Piensa en algún ámbito poco visitado por reporteras y reporteros: Una guardería, un supermercado o un hospital de Ginecología.

Realiza una crónica que despierte interés suficiente para ser publicada.

Busca que refleje una visión no sexista.

# Ayuda de trabajo 3

Los centros de apoyo, documentación y estudios de la mujer constituyen unas excelentes fuentes de información a las que muy escasos periodistas sacan jugo. Ahí se reúne la mayor parte de las investigaciones que están realizando especialistas de diversos campos desde una óptica no sexista relacionados con: Demografía, Salud, Empleo, Relaciones familiares, Pobreza extrema, Política, Educación y muchos otros temas.

Si aún no lo sabes, averigua si hay centros de este tipo en tu localidad.

Visítalos y realiza una nota o una serie de notas con el material que ofrecen.

# Fuentes consultadas

Ayala Castro, Concepción, et al, *Guía para un uso igualitario del lenguaje periodístico*, Diputación de Málaga, España, 2006.

Bach Arús, Marta, et al, *El sexo en la noticia. Reflexiones sobre el género en la información y recomendaciones de estilo*, Icaria editorial, Barcelona, España, 2000.

Böll, Heinrich, *El honor perdido de Katharina Blum*, El Mundo. Unidad Editorial, Colección Millenium, España, 1999.

Bott, Sarah; Morrison, Andrew; y Ellsberg, Mary, *Cómo abordar la violencia de género en América Latina y el Caribe: revisión crítica de las intervenciones*, en Breve, Número 60, enero 2005, Banco Mundial, publicado en el libro *Violencia doméstica contra las mujeres*, producido por: Grupo Parlamentario Interamericano sobre Población y Desarrollo (GPI), escrito por Luisa Kislinger y editado por Dina Cedano, GPI, primera edición, noviembre 2005.

Cazés, Daniel, *La perspectiva de género, Guía para diseñar, poner en marcha, dar seguimiento y evaluar proyectos de investigación y acciones públicas y civiles*, Consejo Nacional de Población (Conapo), México, 1998.

*Decálogo para medios de comunicación "Los mitos de la violencia"*, CIMAC, 2006.

*Declaración de la Red Nacional de Periodistas*, Ciudad de México, 1995.

Faludi, Susan, *La guerra contra las mujeres. La reacción encubierta de los hombres frente a una mujer moderna*, Planeta, México, 1992.

Gallego Joana, et al, *La prensa diaria por dentro: mecanismos de transmisión de estereotipos de género en la prensa de información general*, Análisis 28, España, 2002.

Gallego Joana, *La mayor dificultad de las periodistas es el acceso a los puestos de dirección (22 por ciento). Estudio realizado por la International Women's Media Foundation*, Agencia AmecoPress, España, 22 de junio de 2011.

- Gothmann, Katrin, *Manual de género en el periodismo*, Fundación Friedrich Ebert (FES), Quito, Ecuador, 2001.
- Grijelmo, Álex, *La seducción de las palabras*, Santillana Ediciones Generales, España, 2007.
- Hernández Carballido, Elvira Laura, *La prensa femenina en México durante el siglo XIX*, tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1986.
- Hernández Carballido, Elvira Laura, *La participación femenina en el periodismo nacional durante la revolución mexicana (1910-1917)*, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2003.
- Hernández Téllez, Josefina, *Tras la huella de género en el discurso periodístico de opinión. El debate sobre el aborto*, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2006.
- Inclán Perea, Ma. Isabel, *Doble Jornada un esfuerzo por informar y cuestionar la condición de las mujeres*, tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1989.
- Kapuscinski, Ryszard, *Los cinco sentidos del periodista (estar, ver, oír, compartir pensar)*, Fondo de Cultura Económica, México, 2003.
- Lagarde y de los Ríos, Marcela, *Claves feministas para la autoestima de las mujeres*, Editorial horas y Horas, España, 2001.
- Lagunes Huerta, Lucía, *Las noticias, imágenes distorsionadas de las mujeres*, ponencia, 1er Seminario Internacional la Responsabilidad de los Medios de Comunicación en la Erradicación de la Violencia contra las Mujeres y las Niñas, México, noviembre 2008.
- Lagunes Huerta, Lucía, *Periodismo y Género*, ponencia, Puerto Vallarta, septiembre 9, 2011.
- Lamas Marta, *La perspectiva de género: una herramienta para construir equidad entre mujeres y hombres*, manual editado por el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia, México, noviembre de 1997.
- Ley General de Acceso para las Mujeres a una Vida Libre de Violencia*, promulgada en 2007 (Título Primero, Capítulo I, Artículo 6 y Título II, Capítulos I, II, III, IV y V, Artículos 7, 11, 12, 13, 16, 18 y 21), México, 2007.
- Manual Estrategias de comunicación y visibilidad para las organizaciones de la sociedad civil*, CIMAC, México, 2004, coordinación: Lucrecia Maldonado.
- Manual para el uso no sexista del lenguaje "lo que bien se dice... bien se entiende"*, editado por Vereda Themis y Unifem, 2006, coordinación: Julia Pérez Cervera.

- Observatorio Imágenes de las mujeres en los medios*, MUND Américas. Investigación en Demografía Global, CIMAC, México, 2007.
- Observatorio Infancia y adolescencia. Agenda pendiente en los medios de comunicación*. México 2007. Agencia CIMAC-ANDI, México, 2008.
- Por los Derechos Humanos de las Mujeres y las Niñas: su acceso a la Comunicación y la Información. Lineamientos y Mecanismos para una legislación de medios de comunicación con perspectiva de género*, iniciativa presentada por la Red de Investigadoras por la Vida y la Libertad de las Mujeres en el Senado de la República, México, marzo de 2008.
- Priess, Frank, *Ética y responsabilidad: reflexiones para periodistas*, Bogotá, 2000.
- Puig, Monserrat, *Decálogo para medios de comunicación "Los mitos de la violencia"*, desarrollado por la periodista española, España, s/f.
- Ruiz Castañeda, María del Carmen, *Revista de Filosofía y Letras*, México, 1956.
- Santorio, Sonia, *"Es inadmisibles que los medios ignoren el género"*. Margaret Gallagher, consultora en género y medios, CIMAC/Artemisa, México, 23 de abril de 2009.
- Sau, Victoria, *Diccionario ideológico feminista*, Volumen II, Colección La mirada esférica, Icaria editorial, España, 2001.
- Sen Santos, Xochitl Andrea, *A la conquista de la información general. Las mujeres periodistas de El Día en la década de los setenta*, tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1998.
- Stoller, Robert J., *Sex and Gender*, Science House, págs. VIII y IX del prefacio, Nueva York, 1968.
- Suplemento NotieSe*, México, número 147, jueves 2 de octubre de 2008, extracto de la ponencia "Feminismo y americanización. La hegemonía académica de gende", presentada por Marta Lamas en el coloquio "La Americanización de la Modernidad. Descripciones, aproximaciones", en la Facultad de Ciencias de la UNAM, en agosto de 2007.
- Suplemento Todas*, Milenio Diario, marzo 2009.
- Tejedoras de la palabra. Hablan los medios*, CIMAC-Fundación Friedrich Ebert, México, 2003, coordinación: Sara Lovera.
- Valle, Norma, Hiriart, Bertha y Amado, Ana María, *El abc de un periodismo no sexista. Espacio para la igualdad*, Fempress, Chile, 1996.
- Valles Ruiz, Rosa María, *Mujeres periodistas: empoderamiento restringido*, Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, mayo-agosto, Número 197, Universidad Nacional Autónoma de México, 2006.

Varela, Nuria, *Feminismo para principiantes*, Ediciones B, Barcelona, España, 2008.

Villamil, Jenaro, *Poder-dinero-medios y elecciones en México*, en El Triángulo de las Bermudas. El financiamiento de la política en México, Fundación Friedrich Ebert, México, 2007.

[www.webmujeractual.com](http://www.webmujeractual.com)

# Observatorio de Medios de CIMAC

Por Estephanye Reyes

Con una postura crítica basada en la perspectiva de género, el Observatorio de Medios de CIMAC es una herramienta que identifica el modo en que las mujeres y niñas son representadas por los medios de comunicación, con el propósito de contribuir a la reflexión de periodistas y medios sobre su responsabilidad social en la construcción de un periodismo incluyente y no sexista.

Esta mirada proviene de nuestra convicción, tal y como se define en este Manual, de la necesidad de “renovar el lenguaje para hacerlo socialmente incluyente para que, en lo real y simbólico, toda la población se vea y se reconozca”.

Desde sus inicios, CIMAC ha realizado el monitoreo de los medios de comunicación con un seguimiento puntual de las noticias sobre los temas de su interés, sin embargo es hasta 2006 que aplica un sistema de análisis con una metodología para realizar observatorios a partir del tema de la infancia.

A partir de esta experiencia ya no se hizo únicamente un seguimiento de la información publicada, iniciamos una nueva etapa en la que el trabajo se sustentó bajo el convencimiento de que en la medida que se lleva a cabo un adecuado tratamiento de las noticias sobre la condición social de las mujeres y niñas, se visibilizan situaciones que hoy tienen un lugar menor en la agenda de los medios y se contribuye a la consolidación de nuestra democracia.

El Observatorio se realiza desde tres ángulos:

1. Centro de la noticia (de quién se habla). Si las mujeres o los hombres son el eje central de la información, en qué temas y con qué discurso. Se profundiza en la construcción del discurso informativo como objeto a analizar. Esto desde estructuras primarias como términos peyorativos, estereotipos, las mujeres como sujetas de noticia u objeto de noticia, su representación o imagen, los temas, etcétera.
2. Productora de noticia (quién escribe). Aquí se observan tres situaciones: el sexo de la persona que escribe (mujer-hombre), qué escribe (género periodístico) y sobre qué escribe (temáticas).

3. Fuentes de información (especialista). A quiénes se recurre para recabar información (mujeres-hombres), qué cargos ocupan y sobre qué temas.

De lo anterior se desprende la estructura metodológica dividida en cuatro ejes:

1. La clasificación hemerográfica, compuesta por Nombre del periódico, Sección, Fecha, Página y Título.
2. La que hace referencia a quién escribe. Nombre, Sexo, y Género periodístico de la persona autora del material analizado.
3. De quién se habla. Ésta es la parte más analítica de toda la metodología. Consiste en deliberar el Tema, la Imagen de las mujeres, Términos peyorativos, Oraciones o ideas sexistas e incluyentes, además de Tratados internacionales o leyes nacionales o estatales.
4. Fuentes de información. Clasificación del tipo de fuente, Sexo, y función o cargo que desempeña. También se señala "no hay fuentes citadas".

Además de estos ejes, CIMAC maneja tres principios básicos al desarrollar el Observatorio de medios:

1. Tema delimitado a analizar. Éste puede definirse con base en los objetivos del proyecto. Consta de un tema determinado y el tiempo a monitorear dicho tema, en qué medios de comunicación y bajo qué parámetros.
2. Monitoreo de cobertura informativa. Es el proceso de captura de noticias y artículos producidos por medios de comunicación sobre el tema de interés. Los textos recogidos componen el material básico para la realización de un buen seguimiento sobre el comportamiento editorial de los medios ante asuntos ligados a nuestro tema.
3. Análisis de contenido. Ofrece una radiografía detallada del comportamiento editorial de los medios de comunicación frente al tema analizado y su misión es contribuir para el desarrollo de la cobertura periodística bajo la óptica de la perspectiva de género. Es el resultado de la percepción de las tendencias editoriales y de las posiciones políticas de los periódicos estudiados y, también, de la reflexión sobre el propio escenario de la condición social de las mujeres y las niñas en el país.

Estos tres componentes sostienen cualquier ejercicio del Observatorio -como herramienta para el cambio- al proporcionar datos y cifras concretas, las que constituirán un insumo para periodistas en la discusión acerca de cómo es la cobertura y lo que le falta al periodismo para incluir en sus contenidos la perspectiva de género.

### **Origen de los Observatorios**

La importancia de los observatorios de medios desde una perspectiva de género fue reconocida de manera oficial por las Naciones Unidas en la Sección J, de la Plataforma de Acción de Beijing, en 1995.

En este apartado, se exhorta a las organizaciones de la sociedad civil y a las asociaciones de profesionales de los medios a “alentar el establecimiento de grupos de observación de medios capaces de monitorear y consultar con los medios para asegurar que las necesidades e intereses de las mujeres se reflejen en forma apropiada”.

En la misma Plataforma se hace un reconocimiento al aumento del número de mujeres que hacen carrera en el sector de la comunicación, lo que dio pie a integrar en la ficha de clasificación de los observatorios el espacio dedicado a visibilizar el número de mujeres que ejercen el periodismo.

También está la mención a “la desatención a la cuestión del género en los medios de información por la persistencia de los estereotipos basados en el género que divulgan las organizaciones de difusión”, de ahí la necesidad de crear una metodología que pudiera medir cómo se presenta esta situación en los mass media, así como la presencia de las mujeres como fuentes de información.

Para realizar un método adecuado que permitiera tener información confiable para el análisis, se tomaron en cuenta las secciones de la Declaración y Plataforma de 1995, en Beijing.

Y, con relación al tema de la Violencia su eje son los tipos y las modalidades que describe la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, esta última basada en Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW) y la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer (Belem Do Pará).

Las bases del Observatorio de medios de CIMAC son las siguientes:

- A) Reconocimiento de la importancia de la comunicación y de los medios para la democracia. No hay democracia posible sin comunicación democrática e incluyente. La misión general de CIMAC se basa en este principio.

- B) Reivindicación de otra forma de entender la práctica periodística. Es posible otra forma de entender la comunicación, los medios y la práctica periodística desde una perspectiva de género.
- C) Ejercicio constante, regular y sistemático de monitoreo. Éste es el seguimiento de la actividad de los medios.
- D) Carácter propositivo. Que lleva a tratar de formular otras prácticas, estilos y contenidos posibles de manera que la crítica edifique y construya.

En los últimos años, CIMAC ha desarrollado varios ejercicios en el Observatorio de medios, una labor que no se ha realizado en solitario, cuenta con una metodología propia enriquecida con la participación de organizaciones como la Red ANDI América Latina, Grupo MUND, especializado en el análisis de las tendencias globales y su impacto en el desarrollo de medios y de la información en Radio, Televisión y prensa.

Además, tuvimos la asesoría de la doctora Josefina Hernández Téllez, cuya experiencia en periodismo, comunicación y género enriqueció nuestra metodología para visibilizar la condición social de las mujeres y las niñas en los medios de comunicación.

En su primera etapa se realizaron los siguientes trabajos: Participación política de las mujeres 2006, un acercamiento desde los medios de comunicación; Observatorio de los medios de comunicación acerca de las referencias hacia las mujeres, en asociación con MUND; Infancia y adolescencia Agenda pendiente en los medios de comunicación 2007.

En 2009 y 2010 se hizo un seguimiento de la forma en que son miradas las mujeres y las niñas en la coyuntura mediática relacionando violencia y narcotráfico, la imagen de las candidatas a ocupar un cargo de representación popular y las funcionarias de gobierno y niñez en temas como primera infancia, migración trabajo infantil y violencia.

De esta segunda etapa se publicaron Las Mujeres en el Crimen Organizado: narcotráfico y secuestro ¿Tema de información y disertación periodística?; Participación Política de las Mujeres 2009, una mirada desde los medios de comunicación, y Niñas, niños y adolescentes son coyuntura mediática: México (2008-2010).

Como parte de un análisis en todo el mundo acerca de la imagen de las mujeres en los medios de comunicación, con el apoyo de 30 periodistas integrantes de la Red Nacional de Periodistas en 2010 el Observatorio de Medios de CIMAC fue el responsable por nuestro país de realizar en 15 entidades federativas de la República Mexicana el Monitoreo Global de Medios, de la WACC, asociación mundial que promueve la comunicación para el cambio social.

# Infancia: Niñas, niños y adolescentes son coyuntura mediática México (2008-2010)

En el vigésimo primer aniversario de la Convención de los Derechos de la Niñez (CDN) el 20 de noviembre de 2010, Comunicación e Información de la Mujer, AC (CIMAC) publicó el segundo análisis mediático sobre los derechos de niñas, niños y adolescentes.

Este informe es producto del trabajo profesional de un equipo que desarrolla un observatorio de medios permanente desde 2006. El documento se divide en dos partes.

La primera incluye un análisis comparativo de los años 2007 y 2008 de cinco diarios de circulación nacional: *El Sol de México*, *El Universal*, *La Jornada*, *Milenio* y *Reforma*, lo cual resulta valioso, por la posibilidad de detectar avances o retrocesos en su abordaje periodístico.

Esta publicación desarrolla cinco temas: Educación, Violencia, Primera Infancia, Migración y Trabajo infantil, con el objetivo de visibilizar su escaso abordaje en el contexto mediático.

Cabe señalar que la primera parte de la investigación fue realizada con la metodología de la Agencia de Noticias por los derechos de la Infancia (ANDI), la cual ha sido reproducida por la Red ANDI América Latina en 13 países, incluido México, donde CIMAC formó parte hasta 2009.

La segunda parte de este informe es resultado de una alianza con el programa Infancia en Movimiento, dirigido por Ririki Intervención Social, el cual incluye un observatorio de siete meses (de agosto 2009 a febrero 2010).

Para la segunda parte se consideraron 13 periódicos, cinco de circulación nacional (*El Sol de México*, *El Universal*, *La Jornada*, *Milenio* y *Reforma*) y ocho regionales. De Chiapas (*El Orbe*, *Diario del Sur*, *Cuarto Poder* y *Chiapas Hoy*), Chihuahua (*EL Diario y Norte*) y Sinaloa (*Noroeste* y *El Debate*).

Para el desarrollo de la segunda parte del informe se logró la modificación de la metodología con el propósito de adecuarla a nuestra realidad social mexicana.

De la misma manera, la publicación destaca temas, vía las alianzas informativas, de las diferentes realidades que viven las niñas y las adolescentes mexicanas, que desde temprana edad, son invisibilizadas por su condición de género.

Con esta publicación, CIMAC reafirma su compromiso con la niñez y sus procesos de desarrollo desde la primera infancia, sobretudo en el seguimiento mediático de sus derechos, y en la incidencia orientada a su participación, a la perspectiva de género, a la igualdad y la no discriminación.

## Primera Parte

### Análisis comparativo de los años 2007 y 2008

Como ya se señaló antes, CIMAC, por segundo año, realizó el observatorio de las noticias que conciernen a niñas, niños y adolescentes. Para esta edición se dio seguimiento a los cinco periódicos más leídos en el ámbito nacional: *El Sol de México*, *El Universal*, *La Jornada*, *Milenio* y *Reforma*.

En 2008 se encontraron 8 mil 728 textos (en 2007, 8 mil 535), y, únicamente en 233 (2.7) ocasiones los temas de niñas, niños y adolescentes ocuparon algún espacio en la primera plana.

Por otra parte, se detectó que donde principalmente se publicó sobre el universo de la niñez fue en las secciones de los Estados (29.7 por ciento) y en Sociedad (22.2 por ciento), ocupando las secciones de Economía y Deportes los últimos lugares, con 1.3 por ciento y 1.4 por ciento, respectivamente.

El análisis detalla que las principales fuentes consultadas siguen siendo las gubernamentales en 43.2 por ciento de la información publicada. Las niñas, niños y adolescentes aparecieron únicamente en el 4.0 por ciento de la información y las organizaciones de la sociedad civil (OSC) en cinco por ciento.

Además, se encontró que de las ocho mil 728 notas, 27 por ciento contiene términos peyorativos que degradan, invisibilizan y/o son poco apropiados para la infancia y adolescencia.

En cuanto a políticas públicas hacia la infancia y la adolescencia únicamente fueron abordadas en 6.4 por ciento de la información. En cuestión de legislación, el porcentaje de mención llegó sólo al 4.1 por ciento de las notas; mientras que la Convención sobre los Derechos de la Niñez apenas fue referida en 0.4 por ciento de la información.

### Los más y menos

El análisis revela que los temas que más atiende la prensa escrita fueron Educación (43.7 por ciento), Violencia (13.6 por ciento) y Salud (10.4 por ciento). Además, la investigación reveló que los medios mostraron la coyuntura social en la mayor parte de las notas referentes a la infancia y adolescencia.

Como ya se mencionó anteriormente, en este segundo informe se investigaron los temas de Educación y Violencia por su relevancia. El primero porque es un derecho constitucional y es esencial para el desarrollo de menores de edad; el segundo por los altos índices de violencia que se ven reflejados en la prensa mexicana.

Asimismo, exploramos los temas de Primera infancia, Migración y

Trabajo infantil con el objetivo de visibilizar temáticas que son muy poco consideradas por la prensa, además de evidenciar cuál es su importancia.

## **Educación con mayor presencia en los medios**

El observatorio de medios de CIMAC detectó que en 2008 los medios de comunicación abordaron ampliamente el tema Educación, ya que 43.7 por ciento (3 mil 816 notas) de la información monitoreada se concentró en este ítem, ubicándose en el primer lugar de los 29 analizados. Esto indica una mayor cobertura, comparado con 2007, cuando el análisis concentró 31 por ciento (2 mil 661 notas) de la información, es decir, aumentó 12.7 por ciento.

En este sentido, la investigación de 2008 destacó que diversos factores influyeron para el aumento de cobertura en Educación. Dicho comportamiento fue resultado de los programas gubernamentales como: Alianza por la Calidad de la Educación (ACE), Enciclomedia y Evaluación Nacional del Logro Académico en Centros Escolares (ENLACE), principalmente.

Igualmente, los medios de comunicación concentraron la mayor parte de la información en Educación Primaria y Secundaria con mil 135 notas, sin embargo, un gran número de artículos no hacía mención a ningún nivel educativo (en mil 93 textos).

## **Violencia entre los temas prioritarios**

El tema Violencia se ubicó en el segundo lugar del ranking con mil 190 notas (13.6 por ciento). Este dato proyecta un ligero aumento de la cobertura, comparado con los resultados de 2007, en donde la cifra fue de 996 notas y ocupó el tercer lugar con 11.6 por ciento del total.

Los temas que causaron cobertura en 2008 fueron: New's Divine<sup>1</sup>, secuestros, crimen organizado y discriminación.

También se observó que en ambos años (2007-2008) el tema Violencia mantiene el primer lugar en el periódico *El Sol de México* y *Milenio* el último. Asimismo, la investigación reveló que 52 por ciento de la información sobre este rubro contiene términos peyorativos hacia las niñas, niños y adolescentes.

Se descubrió que en el tema de Abuso sexual, las adolescentes siguen siendo citadas con diminutivos ("jovencitas"), y los abusos cometidos por sacerdotes son citados como "pederastia". También es común que se usen adjetivos calificativos "menores y pequeños" para referirse a niñas, niños y adolescentes.

<sup>1</sup>Hace referencia al nombre que tomó un caso periodístico en donde fallecieron 12 jóvenes de bajos recursos, a consecuencia de un operativo policiaco mal realizado.

Por otra parte, la investigación detectó que es más común que los medios publiquen actos de violencia de ambientes urbanos, a diferencia de las zonas rurales o barrios marginados, en donde prácticamente es nula la cobertura mediática.

Cabe destacar que en el análisis 2008, en sólo 39 ocasiones los periódicos publicaron en primera plana información referente a Violencia en niñas, niños y adolescentes.

## **Primera infancia**

Se constató que de las 8 mil 728 notas recopiladas (en 2008), en sólo mil 209 (26 por ciento) se hace referencia a las edades de 0 a seis años. De los 29 temas que se incluyeron para este análisis, en sólo 6 se recibió una importante cobertura: Derechos de familia, Salud, Educación, Violencia y Comportamiento.

La investigación detalló que sólo 97 textos periodísticos hicieron referencia a políticas públicas dirigidas a los primeros seis años de vida de niñas y niños -en contraste, hubo 289 textos en las edades de siete a 17 años con políticas públicas-, y, únicamente, en ocho textos se hizo mención a la Convención de los Derechos de la Niñez, frente a 194 menciones en el resto de las edades.

De las mil 190 notas registradas en Violencia se pudo observar que 23.6 por ciento de la información está enfocada en los primeros años de vida de la niñez -0 a 6 años-, en temas como: Abuso sexual (77 notas), Violencia en las calles o Comunidad (51 notas), Violencia en hogares y familia (47 notas).

## **Salud**

Salud materna fue el eje más se abordó con 43 por ciento. En contraste, Mortalidad infantil únicamente obtuvo seis por ciento.

Los aspectos que despertaron interés a los medios en Salud materna fueron: Embarazo en la adolescencia, muerte materna y el número de mujeres que accedieron a la interrupción legal de embarazo (ILE) en el Distrito Federal.

## **Migración y trabajo**

En Migración, tanto en 2007 y 2008, no hubo importantes diferencias cuantitativas, pues en ningún año rebasó uno por ciento de la cobertura total.

2007	Notas	%	2008	Notas	%
Migración	61	0.7	Migración	71	0.8
<b>Universo Total: 8,535</b>			<b>Universo Total: 8,728</b>		

En 2007, los medios cubrieron aspectos como: Niñez migrante que viaja sin adultos, repatriaciones y abusos durante el traslado. Asimismo, siguieron el caso de un niño de ocho años de edad –de nacionalidad estadounidense- que fue separado de su mamá Elvira Arellano de nacionalidad mexicana.

Para 2008 los medios mostraron las cifras de niñez migrante y la forma en que son deportados, así como las condiciones de vulnerabilidad a que son expuestos cuando están en un país extranjero, ya sea por causas de discriminación, desconocimiento del idioma y grado de educación.

En cuanto a la migración interna, relacionada directamente con el trabajo agrícola, sólo es motivo de interés cuando las personas menores de edad tienen accidentes. También es común encontrar notas de jornaleros agrícolas en el marco del Día Internacional contra el Trabajo Infantil –12 de junio de cada año-, cuando los medios atienden la coyuntura.

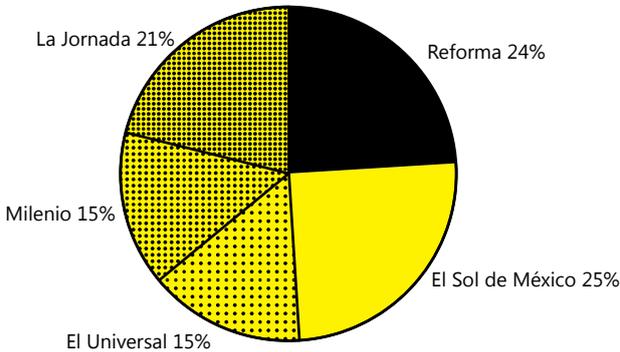
Cabe señalar que en ambos años aunque casi no hubo cobertura, la información que se publicó abordó las problemáticas del trabajo y migración infantil. Dicha modalidad de los medios fue establecida como denuncia periodística, destacando cifras y señalando la vulnerabilidad de las niñas y niños en los campos agrícolas.

### Ranking comparativo en migración

2007	Notas	%	2008	Notas	%
Trabajo Infantil (personas menores de 14 años)	129	1.5	Trabajo Infantil (personas menores de 14 años)	99	1.1
Trabajo legal adolescente	26	0.3	Trabajo legal adolescente	16	0.2
<b>Total</b>	<b>155</b>	<b>1.8%</b>	<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>1.3%</b>

El siguiente gráfico muestra el Ranking de los periódicos en 2008, el cual reveló que los diarios *El Sol de México* y *Reforma* tuvieron la mayor cobertura en cuanto a temas de infancia y adolescencia, en donde *Milenio* no tiene ningún cambio comparado con el observatorio de 2007, pues sigue

teniendo baja cobertura sobre el tema y se mantiene con el 15 por ciento en ambos años.



## Segunda parte

### Resultados generales 2009 – 2010

#### Ranking de medios y temas

Para este observatorio se monitorearon 13 periódicos, cinco de circulación nacional (*El Sol de México*, *El Universal*, *La Jornada*, *Milenio* y *Reforma*) y ocho regionales (*El Orbe*, *Diario del Sur*, *Cuarto Poder*, *Chiapas Hoy*, *Noroeste*, *El Debate*, *El Diario* y *Norte*) de Chiapas, Chihuahua y Sinaloa.

La investigación abarcó siete meses: de agosto 2009 a febrero 2010 y en total se contabilizaron tres mil 171 notas. Cabe señalar que es el primer observatorio realizado por CIMAC en donde *La Jornada* registra el mayor número de notas con 13.6 por ciento sobre infancia. De los periódicos de los estados Noroeste (de Sinaloa) ocupó el primer lugar con 10.1 por ciento, y *Chiapas Hoy* quedó en el último lugar con 1.7 por ciento.

De los tres mil 171 textos, el género periodístico más utilizado fue la nota informativa con 94 por ciento, el artículo de opinión 2.5 por ciento, el reportaje 1.9, crónica 0.9, editorial 0.4 y 0.3 en entrevista. Ello indica que los medios generalmente atienden la prontitud de la información en temas de infancia generando notas simples y de poca investigación, dejando de lado las riquezas o ángulos que podrían trabajarse en un reportaje, crónica o entrevista.

En este sentido, se descubrió que muy poco se publica con enfoque de denuncia de algún hecho que vulnere el bienestar de la infancia, pues, del total de la información analizada, sólo 16.7 por ciento tuvo este enfoque (denuncia) y únicamente 8.7 fue el porcentaje de las que se orientaron hacia la búsqueda de solución de alguna problemática.

Por ello, se detectó que en la prensa mexicana predominan las noticias factuales, es decir, las que se limitan a la narración de los hechos, con una presencia de 74.6 por ciento.

### **Temas principales y de apoyo**

El presente estudio centró su atención en cuatro temas principales: Migraciones, Primera Infancia, Educación y Violencia, estos dos últimos los más abordados en la prensa con 36 y 26.5 por ciento, respectivamente.

Por otra parte, en el análisis se incluyeron 31 temas de apoyo (subtemas) para cruzar datos con los principales. De los tres mil 171 textos, dos mil 270 contenían temas de apoyo, en donde Primera infancia obtuvo el más alto porcentaje con 23.2 por ciento, seguido por Violencia con 9.2 por ciento.

### **Legislación y políticas públicas**

En cuestión de legislación se observó que aún hay mucho por trabajar, pues consultar o mencionar las diferentes leyes que existen no es una práctica frecuente para el periodismo en México. Casi fue nula la referencia sobre la Ley para la Protección de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes o la Convención sobre los Derechos de la Niñez. De los tres mil 171 textos, sólo 11 mencionaron la CDN y 15 la Ley de infancia.

En este sentido, la investigación indica que las y los periodistas hacen mención de alguna Ley, sólo cuando se discute en el Senado o en la Cámara de Diputados. En este aspecto también interfiere la coyuntura política.

En cuestión de políticas públicas, los medios reportaron escaso abordaje con 6.8 por ciento de los tres mil 171 textos analizados. Es decir, 93.2 por ciento no hizo ninguna mención hacia alguna estrategia o programa vinculado con la inversión gubernamental para beneficio de la infancia y adolescencia.

Del porcentaje alcanzado en la publicación de políticas públicas (6.8), 1.7 por ciento estaban siendo formuladas, 0.7 por ciento estaban siendo lanzadas, 3.8 por ciento estaban en ejecución y 0.6 por ciento estaban en evaluación.

Asimismo, la metodología permitió conocer la contextualización de las políticas públicas. En este sentido, 1.8 por ciento abordó las metas y objetivos, 0.3 por ciento hizo referencia a los resultados, 0.6 por ciento abordó los indicadores de problemas y 1.7 mencionó recursos necesarios o disponibles para la ejecución de la política.

## Localización y enfoque geográfico en las notas

El observatorio de medios reveló que la localización geográfica de la información se concentró en los diferentes estados de la república y en las fronteras de México. Pocos textos hicieron referencia a la periferia o barrios marginados.

En este punto es importante señalar que dichos resultados obedecen a la forma en que se realizó la investigación, pues gran cantidad de notas y artículos publicados en los ocho periódicos que se monitorearon de los estados (Chiapas, Chihuahua y Sinaloa) únicamente abordaron cuestiones locales, de ahí que 882 textos se hayan clasificado en el apartado Interior. Igualmente, 725 artículos hicieron referencia a las fronteras del país, lo cual se vincula con los periódicos de los estados de Chiapas y Chihuahua.

Además de la ubicación, también se investigó si la o el periodista hacía referencia y describía el enfoque geográfico de la información. En este sentido, no hubo grandes resultados, pues sólo 8.5 por ciento de la información contenía alguna mención sobre el enfoque geográfico.

Sin embargo, se descubrió que es más común que se mencionen contextos urbanos y de la capital, con 66 y 78 notas, respectivamente, dejando atrás a la periferia (0.3) y la desigualdad regional (0.4).

## Términos despectivos, pendiente por eliminar

Como ya se mencionó en otras ediciones realizadas por CIMAC, un término peyorativo es aquel que transmite una connotación negativa de desprecio o poco respeto hacia las niñas, niños y adolescentes, lo cual sigue siendo una práctica común en las redacciones periodísticas. En este sentido ya se han señalado desde los más utilizados (menor, pequeño), hasta los que son aún más ofensivos para referirse a las personas menores de edad.

La presente investigación detectó que en 36 por ciento de la información se utilizó vocabulario inapropiado cuando se mencionó a la niñez y adolescencia. También reveló que cada estado tiene su propio uso de conceptos, los cuales tendrían que ser revisados, pues de acuerdo con el criterio de este informe son considerados términos peyorativos:

1. **Pequeñas humanidades (Chihuahua)**: La primera palabra es un adjetivo calificativo. La segunda palabra hace referencia a la humanidad, a las personas. Por tal, la palabra es inapropiada para referirse a niñas, niños y adolescentes.
2. **Retoños (Chiapas)**: Tallo que echa de nuevo la planta. Aunque en otros países como Colombia significa "hijo o descendientes".

3. **Pupilos (Chihuahua y Sinaloa)**: Huérfano menor de edad que es educado por un tutor. Alumno de un maestro o educador.
4. **Entenada (Chiapas)**: Hijastro.
5. **Escolapio (Chihuahua)**: Lo refieren para estudiantes, pero el concepto se relaciona con sacerdotes.

**Para el tema Violencia las y los periodistas utilizaron otros conceptos que se enumeran a continuación:**

1. **Pandillas**: Este término suele tener especialmente connotaciones negativas, ya que, por lo común, su uso se refiere para indicar a grupos, bandas o tribus urbanas que se asocian con acciones violentas. En este sentido, valdría la pena que los medios de comunicación no emitieran juicios de valor y se refirieran a los grupos de jóvenes como tales.
2. **Narcotraficante**: Persona que se dedica al comercio ilícito de drogas tóxicas en grandes cantidades. La adolescencia no decide dedicarse a esta actividad ilícita, sino que muchas veces es coaccionada, por necesidad o porque no tiene otra opción. La Red por la Infancia en Juárez recomienda usar el enfoque de derechos, pues en la mayor parte de las situaciones, las y los jóvenes son víctimas de las circunstancias.
3. **Criminal**: Que ha cometido o intentado cometer un crimen.
4. Se encontró sexismo en los diferentes medios locales en el lenguaje y uso de diminutivos para referirse a las niñas y a las adolescentes, sobre todo en temas de violencia: Damita, jovencita y niña prostituta.

**Participación y protagonismo**

Uno de los grandes aportes de la Convención sobre los Derechos de la Niñez y de la Ley para la Protección de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes en México es el derecho a la participación. En el observatorio de medios se refiere que la participación de las personas menores de edad en los periódicos fue casi nula, con 0.7 por ciento (23 ocasiones), lo cual habla del incumplimiento de sus derechos.

Como fuentes de información, la infancia y la adolescencia fueron retomadas por las y los periodistas, únicamente en 86 ocasiones (2.63 por

ciento), de un total de 4,047 fuentes consultadas. Sobre todo, fueron contempladas las personas menores de edad cuando se trataba de pedir opinión en aspectos como: asistencia a clases y comportamiento (actividades desarrolladas por la infancia, como juegos o actividades culturales).

Por otro lado, la investigación detalló que fue más común encontrar textos que hacían referencia a las edades de 0 a seis años de edad con 35 por ciento de la información, seguida por la adolescencia con 25.5 por ciento.

## **Los medios y la violencia**

### **Crimen organizado, violencia más publicada**

La Violencia sigue estando entre los temas más abordados. Se constató que este tema es el segundo más abordado (de 31), con 25.6 por ciento de la información periodística. Cabe recordar que para este análisis se contemplaron 13 periódicos: 5 de circulación nacional *El Sol de México, El Universal, La Jornada, Milenio y Reforma* y 8 estatales (*El Orbe, El Diario de Sur, Cuarto Poder, Chiapas hoy, Noroeste, El Debate y El Diario*).

Para el apartado de Violencia se incluyeron 11 formas de ésta hacia la infancia y la adolescencia: Crimen organizado, Conflictos armados, Explotación sexual, Abuso sexual, Violencia en las escuelas, Violencia institucional, Violencia en el hogar y familia, en las calles, pandillas, tráfico humano/trata, Violencia contra las niñas y mujeres, con el objetivo de lograr una mayor precisión sobre el impacto de la violencia hacia la infancia y la adolescencia.

Se descubrió que durante los siete meses de monitoreo (agosto 2009 a febrero 2010), la forma de Violencia que más se reflejó fue el crimen organizado, pues de mil 477 menciones hacia algún tipo de violencia, 343 hicieron referencia a aquélla, y los periódicos de Ciudad Juárez (*El Diario y Norte*) fueron los que más publicaron este aspecto, seguido por *La Jornada*.

Para la investigación también se contabilizaron notas breves en donde se hacía referencia a niñas, niños o adolescentes acribillados, alcanzados por balas perdidas, así como de personas menores de edad que presenciaron ejecuciones al salir del colegio o asesinatos de sus familiares.

En los contenidos de algunas notas fue común encontrar información que sólo contemplaba conteos globales de ejecuciones, carentes de cifras desagregadas por edad y sexo. Por tal razón, las personas menores de edad no siempre fueron visibilizadas, lo cual sugiere que pudo haber más niñas y niños afectados (en el periodo de monitoreo) por el crimen organizado que no fueron reflejados en la información de los periódicos.

El observatorio permitió detectar que en el crimen organizado hay mayor impacto en menores de edad del sexo masculino con 64.5 por cien-

to, contra 35.5 por ciento para el sexo femenino.

También detectó que hay más adolescentes víctimas del Crimen organizado con 68.9 por ciento, seguido de la primera infancia (0-6 años) con 16.9 por ciento.

## Otros aspectos de la cobertura de Violencia

La investigación concluyó que 88 por ciento de la información periodística no aporta algún tipo de acción o reflexión en aspectos de Crimen organizado, pues, de acuerdo con el análisis, los medios atienden la prontitud de los hechos de violencia, en donde el amarillismo y el conteo de ejecuciones de personas menores de edad (o de adultos) se vuelven noticia.

De las 343 notas que abordan el tema de crimen organizado 38.2 por ciento contenía términos peyorativos hacia la infancia y la adolescencia como: Pandilleros y narcotraficantes.

En cuestión de fuentes de información, Crimen organizado tuvo como principales actores: a la Procuraduría, Ejecutivo estatal y policía. Sin embargo, se encontró que las madres fueron constantemente consultadas cuando sus hijas e hijos eran víctimas de Violencia, así como la ciudadanía que presenciaba los hechos. También se encontraron 91 textos que no referían ninguna fuente en el tema de violencia.

## Villas de Salvárcar: Revictimización de la adolescencia

Villas de Salvárcar, así se le denominó a la matanza de 16 adolescentes y jóvenes ocurrida durante una fiesta que se realizaba en una casa el 31 de enero de 2010; la zona es catalogada como barrio popular de Ciudad Juárez, también conocido como la segunda colonia más violenta de la ciudad.

Salvárcar tuvo un importante impacto mediático por las críticas internacionales y nacionales en torno a las políticas de seguridad del gobierno federal, sólo algunos periódicos de circulación nacional (*La Jornada* y *Excelsior*, no incluido en el monitoreo) publicaron la nota en primera plana el día de la masacre.

El día de los hechos *La Jornada* no lo publicó como nota principal, aunque le dieron seguimiento. Posteriormente, cuando el ejecutivo federal visitó Ciudad Juárez, la nota fue colocada en ese diario como noticia de primera plana.

Los otros periódicos publicaron la información en la sección estados, justicia o ministerio público. *El Sol de México* lo publicó en el apartado nacional, lo cual refiere que jerarquizó el caso como un acontecimiento trascendente. Y el tema fue significativo entre las y los líderes de opinión, así como en algunas editoriales.

Respecto a las imágenes que ilustraron los hechos en los periódicos fue común encontrar jóvenes y familias llorando en los sepelios y altares con fotos de adolescentes que fallecieron.

Dada la importancia que fue tomando el ataque en Villas de Salvárcar, muchas voces fueron consultadas y publicadas en los periódicos: ciudadanía (testigos), víctimas, familiares, madres, adolescentes, alcalde de Juárez, Procuraduría General de Justicia del Estado (PGJE), diputados, Comisión Estatal de Derechos Humanos, académicos, especialistas, Procuraduría General de la República y Ejecutivo federal, casi fue nula la participación de las organizaciones de la sociedad civil (OSC).

## **Criminalización de la adolescencia**

Después de la ejecución en Villas de Salvárcar fue más habitual que a las y los adolescentes se les visibilizara en los medios como agentes de la violencia, pues se les señalaba como “pandilleros” y “narcotraficantes”. El Ejecutivo federal refirió en sus primeras declaraciones que lo sucedido en Juárez se debía a un ajuste entre “pandilleros”.

Con el objetivo de contabilizar a las víctimas de las diferentes formas de Violencia, se revisaron los tres mil 171 textos (que arrojó el monitoreo de agosto 2009–febrero 2010). El observatorio concluyó que, además de las ejecuciones, la infancia y la adolescencia son afectadas principalmente al presenciar la violencia. Y se determinó por sexo que los niños son más visibilizados (en los periódicos) cuando son víctimas -152-, que las niñas -93-.

La investigación detectó además que las personas menores de edad que estuvieron relacionadas o afectadas en las diferentes formas de Violencia fueron visibilizadas como víctimas en 92.3 por ciento de la información, en sólo 7.7 por ciento fueron agentes de la Violencia. Por tipo de Violencia no hubo importantes cambios pues en Crimen organizado 91.1 por ciento de niñas y niños fue víctima, y 8.9 por ciento fue agente.

## **Primera infancia, escasa cobertura**

### **La primera infancia, principalmente es nota roja**

Aunque en la primera parte de esta publicación también se realizó un capítulo referente a la Primera infancia (personas de 0-8 años de edad), se consideró fundamental que en este tercer observatorio se diera seguimiento al tema en los periódicos de circulación nacional y, además, investigar el abordaje de algunos diarios de los estados: Chiapas, Chihuahua y Sinaloa.

El tema formó parte de los 31 temas principales, y también en temas de apoyo (subtemas); sin embargo, no se encontraron grandes resul-

tados, pues de tres mil 171 textos periodísticos, sólo ocho notas llevaban como tema principal a la Primera infancia.

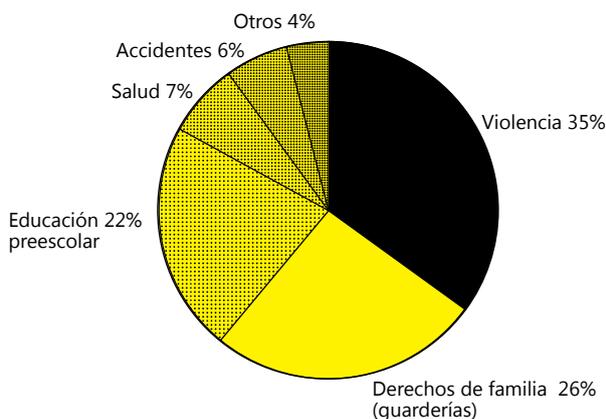
Como tema de apoyo, (subtemas) la Primera infancia fue el que más se reflejó en los medios con 736 textos (23.2); y se descubrió que las personas de 0 a 8 años de edad son consideradas noticia sólo cuando la información ofrece sensacionalismo, pues, de acuerdo con la investigación, 35 por ciento de la información (Primera infancia) se enfocó en Violencia y seis por ciento a Accidentes.

Los aspectos que causaron impacto en los medios fueron accidentes domésticos, atropellamientos, cuestiones de pobreza, abuso sexual y violencia familiar.

Fue común que los diarios reportaran fallecimientos a consecuencia de golpes propinados por padrastros o abuelos, principalmente.

Y se reportaron víctimas de abuso sexual, especialmente hacia niñas, cometido por vecinos o sus propios padres. En cuestión de Accidentes, tanto en el hogar como en las calles, fue común encontrar notas de ahogamientos –en canales, ríos, pozos y cubetas profundas-, atropellamientos, quemaduras y accidentes de tránsito.

### Principales temas en primera infancia



### Más análisis: Franjas de edad y fuentes de información

El observatorio de medios consideró tres franjas de edad, de 0 a 6 años, de 7 a 11 años y de 12 a 17 años, con el objetivo de conocer en qué edades de la infancia y la adolescencia se centra la información periodística.

Al respecto, se descubrió que la primera infancia está incluida en las notas en 35 por ciento de la información total (3,171 notas). Sin embargo, es importante señalar que fueron apuntadas las edades de las niñas y niños de acuerdo con los diferentes niveles escolares (preescolar- primaria),

aunque no se mencionara explícitamente. De ahí el alto porcentaje en 0 a 6 años de edad.

La investigación detectó que es similar el abordaje de la distinción de sexos (femenino y masculino) en la infancia, aunque cabe señalar que muchas notas no hacen mención. Como ya se dijo antes, en Primera infancia únicamente se encontraron ocho notas como tema principal. Por ello, no es posible hacer algún análisis de lo que refieren los resultados de las fuentes de información.

Como tema de apoyo, en Primera infancia se encontraron 888 menciones hacia diferentes fuentes de información de los 736 textos (23.2) que se analizaron, en donde las fuentes oficiales siguen manteniendo el más alto porcentaje; y donde las madres (83 textos) fueron una importante fuente en cuanto a este rango de edad (0-8 años).

Las mamás fueron consultadas como denunciantes de violación a los derechos humanos de sus hijas o hijos, pero también como mujeres que sufrían o declaraban a los medios por los accidentes de sus bebés.

En la cobertura de la educación preescolar, el cual obtuvo 22 por ciento, la Educación inicial no fue un tema promovido en los medios, pues únicamente se encontraron cuatro notas de tres mil 171.

En Educación preescolar (167 notas) y Educación primaria (133), parte de la información periodística abordó el tema con énfasis en Educación básica (la cual incluye: Preescolar, primaria y secundaria). En estos casos se consideraron las edades de las niñas y los niños de acuerdo con el nivel escolar que se mencionaba (aunque no lo indicara explícitamente).

Los aspectos que cubrieron los medios en Educación preescolar tuvieron enfoques coyunturales, como inscripciones, legislación e infraestructura escolar, dejando de lado la importancia de la calidad de la enseñanza, con únicamente 21 textos.

Año con año, el mes de febrero representa el período de inscripciones escolares. En este 2010 significó muchos temas en controversia, sobre todo el debate sobre la Ley General de Educación, la cual permite que se inscriban a primero de primaria las niñas y niños menores de seis años.

Ante el ingreso de la niñez a la primaria antes de cumplir los seis años, especialistas hablaron en el periódico Reforma sobre los riesgos que la inmadurez puede representar, como dificultades académicas y problemas de conducta.

### **Cuidado infantil y seguridad: Seguimiento periodístico**

En la primera parte de la publicación se mencionó el comportamiento de los medios en torno a las estancias infantiles impulsadas por el gobierno federal desde 2007 a través del modelo de subrogación. Y en este observatorio de siete meses (agosto 2009–febrero 2010) continuó la tendencia, pues 26 por ciento de la información trató de Primera infancia con enfoque

en guarderías, ocupando así el segundo lugar en el ranking del ítem Derechos de familia.

Los medios tuvieron mayor interés en el tema después del fallecimiento de 25 niñas y 24 niños en el incendio que se suscitó en la guardería ABC del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) en Sonora, el 5 de junio de 2009.

A más de un año de la tragedia, el caso de la guardería ABC siguió como parte de la agenda de los medios; principalmente porque fue atraído por la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN), pero también porque hay más de 30 personas implicadas, entre propietarios y funcionarios de los tres niveles de gobierno.

El 16 de junio de 2010, la SCJN exoneró a altos funcionarios (Juan Molinar, ex director del IMMS, Daniel Karam, actual director del instituto, y el ex gobernador de Sonora, Eduardo Bours) y responsabilizó de actos de negligencia a titulares de oficinas menores, ante lo cual el movimiento cinco de julio ha manifestado su inconformidad a través de redes sociales @cincodejunio. Asimismo, familiares de las y los niños fallecidos en la guardería ABC de Hermosillo, Sonora, recurrirán a organismos de la ONU en un intento más por castigar a los responsables de la tragedia.

Para este análisis se determinó que el tema de la guardería ABC se clasificaría como una forma de Violencia –Violencia institucional-, que concentró más notas con 111 textos en el rango de 0 a 6 años de edad.

Además, se comprobó que el tema de las guarderías se mantuvo en los medios durante siete meses, por las crecientes denuncias sobre infraestructura de las estancias infantiles, también por la movilización de la sociedad civil y ante el seguimiento de las inspecciones que realizó Protección Civil en las diferentes localidades.

## **Influenza, tema destacado**

Ante la importancia que obtuvo en México el virus AH1N1, se agregó en este observatorio el apartado Influenza para medir el impacto mediático en la infancia, en el que el rango de 0 a 6 años de edad alcanzó la mayor cantidad de textos, con 60 notas.

Cabe señalar que las y los periodistas reportaron hasta las sospechas de contagio por el virus, ya que el hecho de que alguna niña o niño se enfermara de gripe estacional o tos era noticia (ante la sospecha de AH1N1).

Durante los siete meses de monitoreo, la vacunación fue uno de los aspectos más retomados en la prensa ante la necesidad de prevenir el virus AH1N1. De ahí que Salud tenga un importante porcentaje con 7 por ciento.

El tema de las vacunas en niñas y niños menores de ocho años se posicionó en los periódicos del ámbito nacional y diarios de los estados,

por ser un tema coyuntural, sobre todo durante la temporada invernal. Dicho tema se clasificó en los apartados de Salud en general y otros, en total se contabilizaron 66 textos.

## **Negligencias médicas en la infancia**

Las negligencias médicas –tema que se clasificó en Violencia– ocuparon importante espacio en los medios, en donde madres y familiares afectados acudieron a denunciar sus casos. Los más mediatizados se originaron en Chiapas. El más alarmante se originó en septiembre de 2009, donde fallecieron intempestivamente seis recién nacidos en el hospital central del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) de Tapachula.

De acuerdo con versiones periodísticas, los “rumores” sobre los fallecimientos, crecían, en torno a “que los bebés se morían sin aparentes causas”; no obstante, a un mes de las muertes, los medios publicaron que la causa se relacionó con bacterias. A la fecha no existe un reporte concreto de lo ocurrido y el tema dejó de publicarse en los periódicos.

Gracias al seguimiento periodístico local, se captó la atención mediática nacional, del estado de Chiapas y del Senado, el cual aprobó por unanimidad diversos exhortos para esclarecer los motivos de los fallecimientos y evitar que volvieran a suceder. Asimismo, pidieron al IMSS indemnizar a las familias de los bebés que perecieron. Según el periódico *El Orbe* (11 de octubre, 2009), en Chiapas nacen alrededor de 280 bebés diarios y, en un año, se calcula que 300 son canalizados al cunero patológico y de éstos, nueve mueren.

## **Migraciones, sin cobertura mediática**

### **Trabajo agrícola: Migración y explotación**

Otra forma de migración en México es la interna, la cual consiste en el traslado de millones de familias mexicanas que buscan mejorar sus condiciones de vida. En su mayoría, originarias de Oaxaca, Guerrero, Puebla e Hidalgo y, en los últimos tiempos, de manera creciente, de Veracruz, Chiapas, Puebla y San Luis Potosí.

Migran para resolver necesidades de sobrevivencia y trabajo hacia las fincas cafetaleras, los campos cañeros, las zonas agrícolas más desarrolladas: del Bajío, Noroeste y Norte del país. Los principales estados receptores son Sinaloa, Sonora, Baja California y Baja California Sur.

Dada su condición migratoria e inestabilidad laboral es difícil tener acceso al censo real de esta población. Datos aproximados señalan que, a escala nacional, la población jornalera migrante es de 4.2 millones; de éstos, dos millones son niñas y niños menores de 18 años de edad, aproximadamente

374 mil tienen entre seis y 14 años y 526 mil entre 15 y 17 años.

Sin embargo, ante la compleja situación que se vive en el país, el tema sigue sin tener cobertura mediática, pues en este tercer observatorio de tres mil 171 notas, únicamente se encontraron 54 textos en torno al trabajo infantil, y de éstos, sólo 33 se ocupan del trabajo infantil agrícola como aspecto principal.

Dicho tema tiene sus propias dificultades para darle un enfoque periodístico, pues, más que considerarlo una forma de trabajo diversas organizaciones la clasifican como una forma de explotación. En este sentido, es pertinente señalar, que si bien México ratificó el Convenio 182 de la OIT relativo a la erradicación de las peores formas de trabajo infantil, aún no ha definido una lista de dichas formas a fin de tomar medidas para eliminarlas de inmediato. Esto se refiere a trabajos insalubres, peligrosos, clandestinos e ilegales.

Las diferentes aristas que se abordan en los medios en torno al trabajo infantil agrícola son accidentes, guarderías, educación jornalera, crisis económica y programas de ayuda. Este último fue posicionado a través del Servicio Nacional del Empleo en Sinaloa, en donde se entregaban ayudas económicas a jornaleras y jornaleros mayores de 16 años. Como tema de apoyo sólo se encontraron 21 textos.

## **Fuentes y ranking en trabajo infantil**

El observatorio registró 83 menciones en fuentes de información para el tema de Trabajo infantil de cuatro mil 047, en las se pudo apreciar que las fuentes gubernamentales son las más consultadas. Para este análisis los investigadores contemplaron dos diarios de Sinaloa –*Debate* y *Noroeste*– por ser un estado receptor de migración jornalera, en ningún periódico analizado se encontró importante cantidad de notas que abordaran el trabajo infantil jornalero; no obstante, *Noroeste* obtuvo la mayor cobertura, con escasos 17 textos.

## **Niñas: Doble y triple jornada**

El trabajo agrícola emplea niñas y niños, en el que, según las cifras, hay más varones, aunque las niñas realizan, además de ese trabajo en el campo, labores domésticas en su hogar y cuidado de sus hermanas y hermanos. Sin embargo, dichas situaciones no son reflejadas en los medios de comunicación, y cuando se llega a abordar el trabajo de las y los jornaleros agrícolas, sólo se visibilizan las condiciones del campo.

Al respecto, el Programa de Atención a Jornaleros Agrícolas (PAJA) señala que más de 40 por ciento de la población trabajadora en este sector son mujeres, y que alrededor de 45 por ciento de ellas tiene entre 15 y 39

años, es decir, sumando niñas, adolescentes y madres jornaleras agrícolas.

Según los cálculos de la Encuesta Nacional de Empleo del Inegi, existe otro rasgo característico del trabajo infantil agrícola para la infancia de 12 a 17 años: El predominio de adolescentes hombres, (80 por ciento) sobre adolescentes mujeres (20 por ciento). Un patrón que se ha mantenido prácticamente sin cambio entre 1998 y 2004.

De acuerdo con la publicación *Jornaleros somos y en el camino andamos*, se destacó de manera especial a las mujeres, en su mayoría esposas de los hombres jornaleros, quienes han tomado en sus manos la ejecución de las actividades en los campos y la organización de las comunidades, además de la doble jornada, ya que son ellas las que atienden a sus hijas e hijos.

### **Accidentes en los campos agrícolas**

Los costos del trabajo infantil son altos: El Centro de Derechos Humanos de la Montaña, Tlachinollan, ha documentado casos de niñas y niños en campos agrícolas que han perdido la vida o alguna extremidad, como Ángela, de 10 años, quien perdió el brazo izquierdo en Culiacán, una máquina se lo arrancó cuando limpiaba ejotes.

De igual forma, Ismael de los Santos Barrea, de apenas un año y ocho meses de edad, falleció el 7 de febrero por traumatismo craneoencefálico, luego de haber sido aplastado por las llantas de un camión, pues se encontraba en la milpa. David Salgado murió el 6 de enero del 2007, a los ocho años de edad en un surco, aplastado por un tractor, mientras cortaba tomate en Culiacán, Sinaloa.

### **Migración en la frontera sur**

Con el objetivo de conocer el impacto que genera en algunos medios de comunicación el tema de la migración infantil de Centroamérica, y que cruza al sur de México, fue necesario considerar, además de los diarios de circulación nacional (*El Sol de México, El Universal, La Jornada, Milenio y Reforma*), a los periódicos del estado de Chiapas (*Chiapas hoy, Cuarto Poder, Diario del Sur y El Orbe*) Como parte de los resultados, se observó poca cobertura para el tema migración infantil, pues de tres mil 171 textos, únicamente 2.9 por ciento (92 notas) abordó como tema principal la migración infantil, en donde 40 textos hablaron de lo que sucede en el sur de México; y, como tema de apoyo (subtema) se registraron 44 publicaciones.

Cabe señalar que, de las notas que se publicaron sobre la migración del sur, la mayoría se encuentran relacionadas con la agenda del ejecutivo federal, estatal o con violaciones a migrantes (abusos sexuales, asaltos y abandono de "Coyotes"). En cuanto a la migración infantil en la

frontera con Estados Unidos, fue publicada en aspectos de: repatriación, discriminación y declaraciones de Margarita Zavala, presidenta del Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF), ésta última con importante impacto mediático.

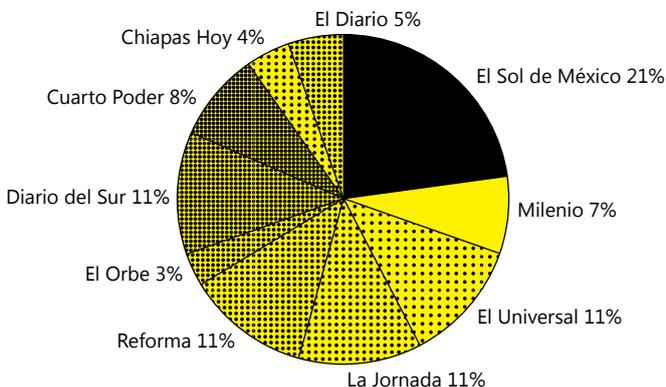
De las 205 mil 863 personas centroamericanas encuestadas durante 2006 por el Instituto Nacional de Migración (INM), 98 por ciento indicó que el propósito de trasladarse a México fue para trabajar; de ellas y ellos 16.6 por ciento se ubica en el rango de edad de 15 a 19 años.

En cuanto al tipo de trabajo que realizan las y los migrantes en su estancia en el país: 32.7 por ciento son trabajadores agropecuarios, 17.5 desempeña algún oficio en la construcción, 16.5 son trabajadores ambulantes y 8.5 por ciento son trabajadoras domésticas.

### Ranking y fuentes en migración

Como ya se mencionó, sobre este tema se encontraron 92 textos, en los que *El Sol de México* obtuvo el mayor número con 22 notas. Cabe señalar que los diarios de Chiapas le dieron escasa cobertura: *Chiapas Hoy* registró cuatro notas, *Cuarto Poder* ocho, *Diario del Sur* 11 y *Orbe* tres. En los cuatro diarios poco abordaron el tema de la migración infantil en la frontera sur, incluso algunos textos hicieron más referencia a la migración con la frontera norte.

#### Migración tema principal



En el tema de migración las principales fuentes fueron oficiales, entre el Poder ejecutivo 33.6 por ciento y legislativo con 15.9 por ciento –en sus diferentes niveles–, dejando con escasas siete consultas para las organizaciones de la sociedad civil (OSC).

Ante ello, la periodista de *El Heraldo de Chiapas* recomendó que una forma de cubrir más el tema de la migración podría ser teniendo mayor comunicación con las organizaciones civiles que trabajan el tema en la región fronteriza de Chiapas.

## **Periodistas y medios**

### **Periodistas**

En este tercer observatorio las periodistas que cubren la fuente Educación siguen siendo las que más cantidad de notas publican sobre el tema. Pero también se encontró un importante número de textos de las y los reporteros que cubren la fuente policiaca sobre casos de niñas y niños (violencia o accidentes).

Para esta investigación se separaron las reporteras que cubren Educación (Nurit Martínez, *El Universal*, Sonia del Valle, *Reforma*, y Karina Avilés, *La Jornada*, Judith García, *El Sol de México*), con el objetivo de determinar los nombres de las periodistas que más cubren información que se encuentra directamente relacionada con el universo de la infancia y adolescencia.

Por otro lado, es importante señalar que las redacciones y las agencias de noticias siguen apareciendo como autoras de gran parte de la información que se publica en los periódicos. Se encontraron 340 textos que se firmaron de la siguiente manera: STAFF, Redacción, Oem-Infomex, Reforma-Staff, AP, DPA, Notimex y EFE.

# Las mujeres en el crimen organizado: narcotráfico y secuestro. ¿Tema de información y disertación periodística?

## Presentación

La violencia que vive hoy la sociedad mexicana parece no tener precedentes en la historia nacional e incide en todos los ámbitos. No es privativa de nuestro país, pues recorre el mundo<sup>1</sup>, y sus consecuencias se magnifican entre las personas más vulnerables, es decir, las mujeres, las niñas y los niños.

“El concepto violencia viene del latín *vis*, que en términos modernos significa: sujeción, subordinación, imposición, arbitrariedad, fragmentación, fuerza, desgarrar, memoria, olvido hacia lo colectivo, discriminación y prejuicio, entre otras posibles definiciones.”<sup>2</sup>

Definida y enmarcada entonces la violencia como hecho social, tiene múltiples expresiones. El crimen organizado atiza la gravedad de la perturbación de la seguridad pública que la propia violencia conlleva.

La participación de las mujeres en este escenario es cada vez mayor y, sin embargo, poco visible y atendida, pese a que el Instituto Nacional de las Mujeres (Inmujeres),<sup>3</sup> en agosto de 2009, declaró que en los diez últimos años el número de mujeres en las cárceles mexicanas aumentó 200 por ciento como reflejo de su mayor participación en la delincuencia organizada y el narcotráfico.

Acerca de las causas por las que delinquen, la titular de Inmujeres, Rocío García Gaytán, declaró que las mujeres participan en el narcotráfico por razones sentimentales más que económicas, aunque aclaró que ellas son

<sup>1</sup> “El primer Informe Mundial sobre la Violencia y la Salud, elaborado por la Organización Mundial de la Salud, apunta que cada año más de 1.6 millones de personas en todo el mundo pierde la vida violentamente. Asimismo, cifras publicadas por la Organización Panamericana de la Salud sobre el impacto de la violencia en la región destacan que 120,000 personas son asesinadas cada años y 180,000 mueren por suicidios o accidentes; aparte de que, por cada persona que muere en circunstancias violentas, muchas más resultan heridas y sufren secuelas físicas y mentales.” Sara García Silberman. “La violencia como fenómeno mediático y de salud pública”, en *Violencia y medios*. Marco Lara Klahr y Ernesto López Portillo Vargas (coordinadores). CIDE-INSYDE. México. 2004, p. 102.

<sup>2</sup> René A. Jiménez Ornelas. La cifra negra de la delincuencia en México: sistema de encuestas sobre victimización. [www.bibliojuridica.org/libros/1/479/17.pdf](http://www.bibliojuridica.org/libros/1/479/17.pdf). México. 2000, p. 168.

<sup>3</sup> [http://mexicomigrante.com/ASIC/La\\_Jornada](http://mexicomigrante.com/ASIC/La_Jornada), 12 de agosto de 2009.

el eslabón más débil y visible, pues muchas son engañadas y su motivación es, básicamente, la necesidad.

No obstante que desde principios de la década de 1990 comenzaron a plantearse algunos estudios<sup>4</sup> sobre la diferencia y peculiaridad de la delincuencia femenina, son insuficientes a la fecha. Los principales enfoques se centraron en destacar las diferentes penas para hombres y mujeres por las mismas trasgresiones. La invisibilidad de ellas en la atención y prevención del delito es hoy todavía sintomática de su papel marginal en nuestra sociedad.

“El delito no es de naturaleza homogénea y, por lo tanto, su estudio no debe hacerse sólo desde una perspectiva etiológica o desde un enfoque crítico. Es necesario analizar en conjunto las relaciones y las reglas del poder en la sociedad. En ese sentido, Lola Aniyar de Castro señala que el poder ha ido construyendo una idea y una realidad de la subordinación femenina a lo largo de la historia, que se ha reflejado en la criminalidad y la criminología, que son los campos donde el poder define más claramente las cualidades del bien y del mal, el estereotipo de los buenos y de los malos, y donde se ve con mayor claridad el sometimiento que sufren los más débiles (Antony, 2006, prólogo).”<sup>5</sup>

En este escenario, el papel de los medios de difusión en el conocimiento y la percepción de este fenómeno social tiene una peculiar y significativa importancia, pues es esta vitrina desde donde la ciudadanía percibe el problema y lo enfrenta.

Si bien no se puede negar que la violencia está asociada con múltiples factores, como la pobreza, la inequidad social y genérica, el desempleo y la falta de expectativas, tampoco puede soslayarse que los medios (desde su lectura de la realidad y sus intereses como empresas) reconstruyen, refuerzan y reciclan muchos de los hechos que favorecen la inequidad y la inseguridad social.

Actualmente, los delitos contra la salud son la principal causa por la cual las mujeres se encuentran en reclusión. Los motivos primordiales por los que delinquen son la falta de oportunidades y las pocas expectativas generales que brinda la sociedad, pero también se relacionan con la vulnerabilidad ancestral de las mujeres en lo que se refiere al poder adquisitivo y la dependencia emocional.

Estudios a escala regional<sup>6</sup> revelan que el hecho de que ellas se involucren en el tráfico de drogas evidencia cómo incluso en crímenes de tan altos vuelos se incorporan dentro de una relación de sumisión y dependen-

<sup>4</sup> María de la Luz Lima. *Criminalidad femenina. Teorías y reacción social*. Porrúa. México. 1991.

<sup>5</sup> Carmen Antony. “Mujeres invisibles: las cárceles femeninas en América Latina”. *Nueva Sociedad*. Venezuela, 27 de abril de 2007.

<sup>6</sup> Elisabet Almeda y Encarna Bodelon. *Mujeres y castigo: un enfoque socio-jurídico y de género*. Dykinson, S.L. Barcelona, 2007.

cia con los hombres; un ejemplo de ello es la manera en que son empleadas para el microtráfico y el transporte de drogas como "burreras" o "mulas".

En nuestro país, en 1993,<sup>7</sup> había 445 centros penitenciarios en todo el país; en 230 de ellos había mujeres, quienes conformaban cuatro por ciento de la población total. En el Distrito Federal, los crímenes por los que estaban presas eran delitos contra la salud (32 por ciento), homicidio (19 por ciento), robo (15 por ciento), fraude (ocho por ciento), sustracción infantil (ocho por ciento), lesiones (tres por ciento) y otros delitos (14 por ciento).

El grueso de las internas tenía entre 26 y 33 años (34 por ciento); a este grupo de edad le seguían las mujeres de entre 34 y 41 años (28 por ciento); después, las de entre 18 y 25 años (23 por ciento); luego, las que tenían entre 42 y 49 años (nueve por ciento) y, finalmente, las que tenían 57 años o más (cuatro por ciento).

Las explicaciones predominantes sobre la participación de las mujeres en la delincuencia referían, mayoritariamente, causas biologicistas o psicologicistas, es decir, de naturaleza animal (Lombroso) o de enfermedad mental. Otros trabajos tenían un reciente e innovador enfoque donde el análisis y la explicación se relacionaban con una concepción acerca de ellas como sujetas sociales sexuadas (Facio y Zaffaroni, 1993).

En la actualidad, transcurrida década y media, no han avanzado mucho la perspectiva de los estudios ni las investigaciones sobre el tema.

Las mujeres internas representaban y representan hoy, todavía, un número relativamente menor, "insignificante" para las "prioridades" de atención del total de la población delincuente; por ello no hay una comprensión del hecho de que ellas se hayan incorporado a actividades delictivas, ni interés por establecer políticas para atender, por una parte, sus problemas específicos al estar en reclusión y, por otra, el impacto de que se encuentren internadas sobre las familias y la sociedad toda, pues en nuestra cultura ellas son un apoyo fundamental para la vida material, emocional y económica de las hijas y los hijos, quienes quedan en el abandono cuando las mujeres caen en prisión debido a que los padres, en su mayoría, no se responsabilizan de ellos.

Por otra parte, las madres en reclusión son doblemente castigadas: la ley penaliza con más años a las mujeres por los mismos delitos que cometen los hombres, y generalmente la familia las abandona: el esposo, la pareja, el padre, la madre, las amistades. Son doblemente estigmatizadas, doblemente castigadas.

Esta problemática se obvia, se ignora o se relega a pesar de que el número de mujeres se incrementa día a día en la delincuencia organizada: "de acuerdo con estadísticas de la Dirección General de Readaptación Social, de 3 mil 784 reos del fuero federal, 70.19 por ciento ingresaron por delitos

<sup>7</sup> Elena Azaola y Cristina José Yacamán. *Las mujeres olvidadas*. Comisión Nacional de Derechos Humanos-El Colegio de México. México. 1996.

contra la salud, de los cuales 3 mil 315 son hombres y 469 son mujeres<sup>8</sup>; ellas constituyen, pues, 14.14 por ciento de la población en reclusión total.

## Mujeres y crimen organizado

En el escenario de crisis económica-política y social actual del país, un elemento cada vez más recurrente y visible es la participación de las mujeres en la delincuencia; tema que, en términos informativos, es cada vez más relevante.

No obstante esta aparente coherencia entre los hechos reales y la pantalla mediática, el objetivo del presente análisis es revisar cómo los medios reconstruyen la realidad acerca del papel que desempeñan las mujeres en el crimen y conocer si están orientando la información y, por ende, la opinión pública en torno a la relación entre mujeres y crimen organizado, o si reproducen estereotipos y clichés que distorsionan la misión periodística de informar y orientar.

Se revisarán los casos de cuatro mujeres involucradas en secuestros y narcotráfico con base en las anteriores consideraciones, lo que permitirá reflexionar –para luego denunciar– acerca de la mirada social y periodística de los medios actuales en relación con las mujeres que delinquen: Sandra Ávila Beltrán, *La Reina del Pacífico*, y Laura Elena Zúñiga Huízar, *Miss Sinaloa*, ambas relacionadas con el narcotráfico; y Lorena González Hernández, *La Comandante Lore* o *La Lore*, y Florence Cassez, *La francesa*, asociadas con bandas dedicadas al secuestro.

En este análisis pragmático de los textos periodísticos publicados sobre ellas hay que definir dos dimensiones: la primera comprende el aspecto descriptivo y su contexto; y la segunda, el análisis de lo escrito para comprender el significado del orden y la forma en que se vierte la información.

En el ámbito descriptivo, se cuantificó el material informativo y de opinión acerca de las cuatro mujeres recabado en seis diarios de la ciudad de México (*El Universal*, *Excélsior*, *Reforma*, *La Jornada*, *Milenio* y *El Sol de México*), dos revistas semanales (*Proceso* y *Milenio Semanal*) y nueve portales de Internet (*Terra*, *Vanguardia*, *Proceso.com*, *Esmas Noticieros Televisa*, *Informador*, *La Crónica Hoy*, *CNN Expansión*, *El Financiero* y *OEM Informex*); también se recuperó el material fotográfico y de caricatura para ilustrar y confirmar los hallazgos. De igual forma, se registró la firma de las y los periodistas que informaron sobre ellas, así como la sección en que las notas fueron publicadas.

Cabe destacar que se leyeron y procesaron los textos informativos y de opinión (las columnas y los artículos de opinión) de la muestra seleccionada en su totalidad, lo que significó un conocimiento general sobre la

<sup>8</sup> Gloria Leticia Díaz. “Bomba de tiempo”, en *Proceso*. Núm. 1616, 21 de octubre de 2007, p. 34.

escritura y la expresión específicas de cada periodista pero, sobre todo, de las y los analistas.

Esta fase descriptiva aportó datos relevantes sobre las características y las reglas de aparición temática, así como sobre el lugar que guardan las mujeres en la información cotidiana.

La segunda fase fue el establecimiento de los criterios básicos para el análisis de los textos. En primera instancia, para sistematizar el análisis del universo total de notas, columnas y artículos, y el de la *muestra* en específico, fue indispensable establecer cuáles partes de los textos se analizarían.

El estudio riguroso requiere determinar unidades básicas en cada texto, en el entendido de que la *unidad de análisis* es el fragmento de la comunicación que se toma como elemento que sirve de base para la investigación<sup>9</sup>; en este caso, estará definida por:

- \* Encabezado o título
- \* Entrada o primer párrafo (proposición general)
- \* Enunciados clave que ilustren el desarrollo argumentativo del tema
- \* Conclusión o último párrafo (valoración)

Este proceso permite identificar los temas y sentidos globales de los textos. El *tema* o *asunto* de un escrito permite identificar la relación entre el todo y las partes<sup>10</sup>, al mismo tiempo que determina el objeto de discusión real de la información o la opinión vertida.

En los textos periodísticos se analizaron los titulares que encabezan cada artículo, los cuales deben corresponder al contenido de la nota para identificar así el sentido y el significado global del discurso.

Una vez revisados los textos desde esta perspectiva, se determinaron el objeto y el enfoque de cada uno de los casos estudiados.

En los textos de opinión se revisó, además, el esquema argumentativo que va de la tesis a la antítesis y se definieron, a partir de la postura tomada sobre cada uno de los temas, los hechos o las declaraciones, los argumentos utilizados y la conclusión a la que se lleva al lector después de la exposición.

La clasificación de los temas abordados por los textos periodísticos permitió definir cuál es la pretensión de los emisores, así como confirmar cómo se da el pacto comunicativo entre estos articulistas y sus interlocutores, y en qué términos. Desde esta perspectiva, podemos entonces compren-

<sup>9</sup> Ezequiel Ander-Egg. *Técnicas de investigación*. El Ateneo. DF, México. P. 332. 1987.

<sup>10</sup> Esto se consigue con la identificación, en el discurso periodístico, de la *macroestructura* (el todo, en este caso el texto todo: titular y cuerpo), la *microestructura* (partes relevantes del texto en concreto, ya sea nota, artículo de fondo o columna) y la *proyección semántica* (a partir de tres macrorreglas: la *supresión* -se descarta lo que no interesa o no sirve para comprender el mensaje-, la *generalización* -se interpreta de acuerdo al conocimiento general y común del tema- y la *construcción* -se procesa y sirve para tener una opinión o sentencia de los hechos. Teun A. van Dijk. *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Paidós Comunicación. España. p. 45. 1990.

der cómo se reproducen enfoques y miradas para unas y otros sin conflicto ni protesta. Asimismo, esta fase permitió verificar en la información algunos intereses, actitudes y valores convencionales con respecto a las mujeres.

Una parte crucial en este proceso fue también identificar, en el texto completo, la fuente de las citas o voces aludidas para darle autoridad<sup>11</sup> al discurso informativo u opinativo y, de esa manera, entender a quiénes se les da voz y cómo validan la información.

El discurso, revisado en este nivel, permite vislumbrar su dimensión social y revisar qué implican algunos de los varios y diferentes elementos que lo constituyen (o que reproduce) contextualmente, como la situación, la estructura social, la identidad social y la relación personal o grupal.<sup>12</sup>

El periodismo, como herramienta de comunicación, optimiza esta realidad formal en aras de su objetivo informativo-comunicativo-persuasivo. Como texto escrito, representa singularmente la lengua en uso. Pondera la efectividad del lenguaje en el cumplimiento de estas reglas y, aún más, dicta las propias en un rejuego que, sin trasgredir la gramática, establece un estilo propio de expresión.

Este registro-análisis, en apariencia cuantitativo, permitió incorporar e interpretar los datos e hizo posible la fase cualitativa al develar el asunto real que trata cada texto, la acción discursiva principal que utiliza, al identificar el tipo de argumentación de cada periodista.

## **De los diarios y portales elegidos**

Los criterios para elegir los diarios y portales que se revisaron fueron de alguna forma arbitrarios, pero también justificados por las siguientes razones:

En los medios impresos, la razón principal para elegirlos fue su cobertura nacional, su trayectoria y el perfil editorial diverso de los diferentes periódicos, lo que garantizaba cubrir la pluralidad de elección de lectoras y lectores; también se tomó en cuenta su permanencia temporal y estabilidad dentro del mercado informativo: *El Universal*, *Excélsior*, *Reforma*, *La Jornada*, *Milenio* y *El Sol de México*.

*El Universal* y *Excélsior* son dos diarios pioneros en el periodismo profesional y comercial del siglo XX. Ambos inauguraron una fase moderna y distinta de este oficio luego de que en el siglo XIX el periodismo, al igual que las y los periodistas, se distinguió por ser militante. Los medios producían y divulgaban información ideológica.

*La Jornada*, sobre todo en sus primeros años, se identificó con la izquierda de este país; mantiene como signo de su existencia una actitud

<sup>11</sup> Francisca Robles, "Del espectáculo al testimonio: dos formas de presentar la realidad" y Adriana Solórzano Fuentes, "Las fuentes gubernamentales en la determinación del temario público", en Lourdes Romero. Coordinadora. *Espejismos de papel. La realidad periodística*. FCPyS-UNAM. México. 2006.

<sup>12</sup> Cfr. Helena Calsamiglia Blancafort. *Las cosas del decir*. Ariel. España. 1999. p 15.

crítica hacia los órganos y organismos oficiales, y en general, hacia los acontecimientos sociales.

*Reforma* es un medio que, con su surgimiento, innovó visualmente la información y marcó pautas infográficas, e incluso de contenido, para el resto de los medios impresos en particular, y de los programas informativos en general.

*El Sol de México* es uno de los diarios de la última mitad del siglo XX. Fue ejemplo no sólo del periodismo eminentemente comercial, sino del que utilizó la noticia como moneda de cambio: la información como entretenimiento y morbo. Fue, además, de los primeros diarios en cadena nacional, con espacios en casi todo el país.

*Milenio* se eligió porque es un periódico que, si bien no tiene la misma trayectoria y penetración que los otros, representa un espacio importante dentro de la oferta informativa del centro del país y porque, a diferencia de los anteriores, se "desmarcó" de etiquetas y sustentó un nuevo formato con mayor pluralidad que se ha mantenido en el mercado hasta la fecha.

Con respecto a los portales, el criterio fue intencionado y selectivo, pero igualmente arbitrario. Se seleccionaron siete portales con presencia y accesibilidad para las lectoras y los lectores, pues en búsquedas al azar estos sitios informativos aparecen regularmente y son conocidos por los cibernautas: *Terra*, *Vanguardia*, *Proceso.com*, *Esmas Noticieros Televisa*, *Informador*, *La Crónica Hoy*, *CNN Expansión*.

### **Algunos hallazgos sobre la mirada periodística y las mujeres en el crimen organizado**

Sandra Ávila Beltrán (110 textos) y Laura Elena Zúñiga (70 textos), ambas relacionadas con el narcotráfico, obtuvieron una amplia cobertura mediática.

El atractivo periodístico, en el caso de Sandra, fue que se reconoció como cabeza o líder de un cártel de la droga mexicano en relación con un cártel de droga colombiano, pues se le detuvo con su pareja sentimental, Juan Diego Espinosa Ramírez; además, se explotó su origen relacionado con el mundo del narco: su mamá es prima de Miguel Ángel Félix Gallardo, y ella misma tiene lazos familiares con los Beltrán Félix y los Beltrán Leyva, dedicados al narcotráfico. De igual forma, se le imputaron relaciones amistosas con hombres "pesados" de ese mundo, como Joaquín Guzmán Loera, *El Chapo*; Ignacio Coronel Villarreal, *Nacho Coronel*; Juan José Esparragosa Moreno, *El Azul*; Ismael Zambada García, *El Mayo*, y con los hermanos Caro Quintero.

Sin embargo, todo esto quedó, al final, como parte y reflejo de un imaginario colectivo, porque el "poder" de Sandra Ávila, en el trato que le dieron, fue restringido, relativo, y demostró que, a pesar de que ella forma parte de círculos de poder en el narcotráfico, esta posición no fue suficiente para que pudiera eludir la justicia, de forma que ella terminó siendo un chivo

expiatorio debido a su condición de mujer.

**Sobre Sandra Ávila Beltrán** se disertó con base en el protagonismo, la espectacularidad y la explotación de su imagen “glamorosa” como mujer del mundo del narco. Así, se le calificó como “publirrelacionista”, como mujer encargada de “lavar” el dinero producto del tráfico de drogas, como pariente de una familia de narcos y como “novia” de hombres “pesados” en el narcotráfico, es decir, de hombres importantes del “negocio”.

De igual forma, se le vio como mujer privilegiada en el negocio de las drogas; de ahí el mote de *Reina*, pero caída en desgracia.

El objetivo de las notas escritas sobre ella no fue informar y formar opinión; menos aún, documentar el papel de las mujeres en el narcotráfico: fue “vender” estereotipos, mostrar “clichés” de la delincuencia organizada y de las mujeres privilegiadas que por tener como origen la “narcococina” poseen un lugar distinto que las demás en relación con el poder y la presencia de los hombres.

Tampoco fue significativo que 13 mujeres, de un total de 38 periodistas, escribieran sobre el caso. Si bien las firmas femeninas representaron poco más de la tercera parte, ellas no hicieron la diferencia en la forma y el fondo de la información. En sus trabajos, la estructura, el lenguaje, la forma y el fondo confirmaron el lugar y la condición de las mujeres en la sociedad.

**Laura Elena Zúñiga**, originaria de Sinaloa, fue participante y ganadora de concursos de belleza nacionales e internacionales, situación que le ganó el mote de *Miss Sinaloa*.

El posicionamiento informativo que logró no fue por su persona, sino por la explotación mediática, en el imaginario popular, de su papel dentro del narcotráfico: bella, joven y peligrosa. Los medios, que tradicionalmente explotan la imagen de las mujeres, le dieron “vuelo” a estos ingredientes y con ello garantizaron su posicionamiento en la mente y la opinión del público.

Las diez firmas de mujeres contra las 23 de hombres tampoco marcaron ninguna pauta diferente: se satanizó el ambiente del espectáculo y se difundió el origen modesto de la joven en aras de la “espectacularidad”, pero no más. No se documentó lo que significa la falta de oportunidades para las mujeres jóvenes de nuestro país y, particularmente, las del norte de México, ni de las cortas miras y expectativas que ellas pueden tener en una sociedad como la nuestra. Todo fue escarnio, escándalo y morbo.

Con la noticia de la aprehensión de Laura Elena se reveló la doble moral de nuestra sociedad: abundaron titulares de sorpresa, de condena, de recomendaciones, como si se olvidara que el espectáculo promueve la explotación visual y sexual de las mujeres como objetos antes que como personas con talentos y cualidades. La información fue particularmente sexista y misógina.

Con 68 textos, **Florence Cassez**, la mujer de la banda de secuestradores *El Zodiaco*, acaparó la atención. La nota se cubrió exhaustivamente no sólo porque el secuestro es un problema creciente y delicado en nuestra

nación, sino porque se aludió, en su defensa, a la pésima impartición de justicia en México y porque, debido a que es extranjera, se intentó involucrar en el caso a los poderes Legislativo y Ejecutivo de su país. Esta situación se vio favorecida por la coyuntura política, pues el presidente francés tenía programada una visita diplomática a nuestro país y, con este hecho, se discutieron mediáticamente implicaciones de carácter internacional, sin que por ello se dejaran de evidenciar las relaciones de la familia de Florence con la clase legislativa francesa, así como la pugna y descoordinación entre corporaciones policiacas y altos funcionarios en el nuestro.

Florence Cassez fue vista por los medios como la “francesa”, la “víctima francesa” de la justicia penal mexicana; ante la fuerza de esta adjetivación, su papel de plagiaria, de secuestradora, se diluyó. Incluso se ponderó una y otra vez su estatus de delincuente “joven” y bella. De nuevo, la mirada estereotipada sobre las mujeres se reforzó con el tratamiento de la información acerca de Florence.

Con respecto a la participación autoral de mujeres (15) y hombres (23) periodistas, tampoco hubo diferencia alguna en la mirada informativa: se explotó la imagen, la historia de la joven atractiva y extranjera, vulnerable en un país con una mala impartición de justicia, para luego aterrizar en el escándalo internacional por las implicaciones de la visita oficial del presidente francés.

**Lorena González Hernández**, comandante de la AFI, tuvo la menor cobertura (38 textos) pese a que estaba relacionada con el secuestro del hijo de un prominente empresario mexicano, Alejandro Martí. Ella, a diferencia de las otras tres mujeres involucradas en el crimen organizado, carecía de elementos “noticia”: no es líder, extranjera ni bella. Lo que más destacó en la cobertura noticiosa fue la descoordinación entre instancias encargadas de impartir y aplicar la justicia. No más. Se intentó ubicarla como mujer “sádica”, pero esto no prosperó, y también como “corrupta”, pero no hubo elementos. Al final fue desechada informativamente.

Si bien Lorena González Hernández tuvo menor cobertura, ésta reveló el poco interés de los medios por informar exhaustiva y verídicamente. Al no encontrarse la manera de “vender” la nota, ella desapareció como sujeta de la información para ser relegada por las corporaciones policiacas a las que pertenecía.

Las firmas de mujeres (seis) y hombres (20) tampoco hicieron diferencia: todas y todos, sin excepción, usaron lugares comunes y fuentes oficiales. Al final, Lorena dejó de importar: las notas se centraron en sus jefes y en las instituciones policiacas. Tanto la PGR como la SSP federal quedaron en “el filo de las medias verdades” (como lo indicó una nota de *El Universal*), porque mientras las autoridades del Distrito Federal denunciaban participación federal en el secuestro, lo cierto es que Lorena, acusada de la instalación del falso retén en el secuestro, era miembro activo de la AFI y pretendía su cambio a la PFP. Este hecho contradictorio revela que las instituciones creadas para abatir el crimen organizado dejan serias dudas sobre su propia

participación en el fenómeno. De aquí que Lorena fuera lo de menos en este caso de secuestro, muerte e impunidad.

## Periodistas que escriben sobre mujeres y crimen organizado: las cifras

### Periodistas por caso

	Mujeres	Hombres	Total
Miss Sinaloa	13	31	44
Reina del Pacífico	17	31	48
Lorena González	8	19	27
Florence Cassez	15	33	48

### Periodistas por género periodístico

#### Miss Sinaloa

	Notas Informativas	Artículos de Opinión	Columnas	Total
<b>Mujeres</b>	9	3	1	<b>13</b>
<b>Hombres</b>	24	2	5	<b>31</b>

	Mujeres	Hombres
<i>El Sol de México</i>	0	2
<i>El Universal</i>	2	4
<i>Excélsior</i>	5	4
<i>La Jornada</i>	2	5
<i>Milenio</i>	1	10
<i>Milenio Semanal</i>	0	0
<i>Proceso</i>	1	0
<i>Reforma</i>	4	7
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>32</b>

#### Reina del Pacífico

	Notas Informativas	Artículos de Opinión	Columnas	Total
<b>Mujeres</b>	14	3	0	<b>17</b>
<b>Hombres</b>	24	0	7	<b>31</b>

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
<i>El Sol de México</i>	1	4
<i>El Universal</i>	4	3
<i>Excélsior</i>	3	4
<i>La Jornada</i>	2	5
<i>Milenio</i>	2	7
<i>Milenio Semanal</i>	0	0
<i>Proceso</i>	1	2
<i>Reforma</i>	4	6
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>31</b>

### **Lorena González**

	Notas Informativas	Artículos de Opinión	Columnas	<b>Total</b>
<b>Mujeres</b>	6	0	2	<b>8</b>
<b>Hombres</b>	19	0	0	<b>19</b>

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
<i>El Sol de México</i>	1	3
<i>El Universal</i>	3	2
<i>Excélsior</i>	1	3
<i>La Jornada</i>	0	3
<i>Milenio</i>	1	3
<i>Milenio Semanal</i>	0	0
<i>Proceso</i>	0	1
<i>Reforma</i>	2	4
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>19</b>

### **Florence Cassez**

	Notas Informativas	Artículos de Opinión	Columnas	<b>Total</b>
<b>Mujeres</b>	15	0	0	<b>15</b>
<b>Hombres</b>	13	4	6	<b>33</b>

	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
<i>El Sol de México</i>	1	9
<i>El Universal</i>	1	2
<i>Excélsior</i>	1	1
<i>La Jornada</i>	4	5
<i>Milenio</i>	1	2
<i>Milenio Semanal</i>	1	0
<i>Proceso</i>	1	3
<i>Reforma</i>	5	11
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>33</b>

# La participación política de las mujeres

Esta investigación analiza la manera en cómo son reflejadas las mujeres en su actividad política en espacios como las Cámaras, la Administración Pública (en sus tres niveles) y en los partidos políticos, a través de la representación que hicieron cinco medios impresos y cinco portales de Internet, durante 3 meses, en las elecciones intermedias 2009 de nuestro país.

Los resultados nos reafirman que, vía los mensajes emitidos en forma de noticia, los medios señalan aquello de lo cual nos debemos ocupar las mujeres que, al construir una corriente de opinión legitiman acciones, personajes, políticas.

Teóricamente el periodismo tendría que proporcionar distintas opiniones y visiones de un hecho noticioso, para brindar elementos a la sociedad que le permitan analizar y tomar decisiones, jugar una suerte de equilibrista. Pero, cuando se repite una sola visión, lo que se oculta y las imágenes que no se muestran es aún más grave pues con su ausencia no hay posibilidad de hacer contrapeso.

Para que un hecho se convierta en noticia pasa por un proceso de evaluación y jerarquización a nivel individual por parte de la o el reportero y dentro del medio según su línea editorial (intereses y visiones), para transmitirla con una carga simbólica.

Comprender esta lógica y su impacto social fueron nuestras herramientas para analizar la presencia noticiosa de las mujeres.

Se pudo confirmar que, de manera sistemática en el quehacer periodístico se ignora la otra parte de la realidad: la transformación histórica de las mujeres en su camino por la construcción de su ciudadanía y continúan mostrando imágenes estereotipadas y anquilosadas que retrasan ese avance.

Con este análisis simplemente quisimos demostrar cómo, si bien las mujeres han ingresado a la esfera política, siguen estando lejos de los espacios duros del poder masculino.

Además, los medios de comunicación continúan situados en la dicotomía de mujeres buenas y malas, víctimas y victimarias. No importa qué papel jueguen: funcionarias, legisladoras o magistradas, la lógica es la misma, mirarlas desde lo que tradicionalmente se le ha atribuido a lo femenino: sensibilidad, cariño, cuidado de los otros, buena presentación.

Por esta dicotomía a ellas se les pregunta: ¿ahora que son presidentas, ministras o funcionarias cómo van hacerle con las hijas e hijos?, ¿dejarán de atenderlos? Preguntas que nunca se harán a un varón porque "todos

saben”, y lo dan por “natural”, que ellos no son responsables de la crianza de las y los hijos para eso se casaron, ellas deben pagar el precio de estar en lo público.

Esta situación ha generado que algunas de las mujeres que ingresan a la política no se vivan como pares de otros funcionarios o legisladores, porque en el fondo están convencidas que este lugar es de ellos, situación que en la práctica es cierta, lo que aún no procesan es que es injusto y discriminatorio, por ello permiten que el juego masculino haga ver “natural” que ellas tengan que prestarse al fraude electoral para que, en apariencia, se cubra la cuota de género, convencidas, orgullosamente, que así llegarán los que tienen que llegar: los hombres; éstos sin vergüenza por la trampa, aceptan el mecanismo, porque el poder es para ellos, sin importar cómo se obtenga.

### **La participación política de las mujeres**

La adopción de las leyes de cuotas de género es una estrategia para garantizar la postulación de las mujeres como candidatas a puestos de elección popular y disminuir su discriminación en la política. No obstante, el incremento de su incorporación en el ámbito legislativo no ha sido suficiente para lograr la cuota mínima de 40 y 60 por ciento. En otros espacios no se les ha permitido a las mujeres remontar su bajo porcentaje de participación en puestos de mando.

En esta LXI Legislatura<sup>1</sup>, las mujeres alcanzaron 28 por ciento, (80 por ciento de las cuotas mínimas por género), cercano al 30 mínimo recomendado por la Organización de las Naciones Unidas, pero que con las licencias de 8 diputadas se reducirá a 26 por ciento; continuando así con dos legisladoras por cada 10 legisladores.

Ese avance de casi diez puntos es insuficiente pues, en su mayoría, las mujeres no han accedido a cargos directivos de sus partidos, ni han evitado que prevalezca la discrecionalidad para designar a las y los candidatos. En el fondo, la asignación de cuotas a mujeres es un trampolín para que lleguen los hombres y candidatear a mujeres en distritos con nula posibilidad para ganar, revelando una falta de convicción de aplicar las acciones favorables a la participación de las mujeres.

Los partidos candidatean a mujeres para cumplir con las cuotas y ofrecer un “cambio” al explotar el imaginario colectivo sobre los mejores resultados que ofrecen ellas; la trampa son las suplencias donde colocan a sus verdaderos candidatos, aprovechando el uso de licencias de las propietarias, en este contexto el costo político es para las mujeres, pues ellas son juzgadas e inculminadas por estas acciones (licencias) a la luz de la “justificación” de

<sup>1</sup> Dirección General Adjunta de Comunicación Social y Cambio Cultural de INMUJERES. INMUJERES presenta el portal electrónico “El avance político de las mujeres... en la mira”. 25 de octubre de 2009. México, D.F.

que las mujeres “no saben” hacer política.

Ejemplo de ello es lo sucedido en esta LXI legislatura, donde a menos de 72 horas de iniciados sus trabajos, ocho diputadas federales —4 del Partido Verde Ecologista de México (PVEM), dos del Partido Revolucionario Institucional (PRI), una del Partido de la Revolución Democrática (PRD) y una del Partido del Trabajo (PT)— solicitaron ante el pleno licencia para “separarse del cargo indefinidamente” y sean sus suplentes, todos hombres, quienes ocupen las curules.

Aunque en apariencia los partidos intentaron cumplir con la cuota de género. El Partido Acción Nacional (PAN) cumplió con 32.9 de 40 por ciento reglamentario con 47 mujeres de 143 diputaciones; el PRI alcanzó 25.1 por ciento, 48 diputadas de 237 curules, y el PRD logró 33 por ciento, 24 diputadas de sus 71 diputaciones.

En la Cámara de Senadores, 25 mujeres lograron una curul, (19.5%), lo que representa un menor crecimiento respecto de la de Diputados y ni qué señalar de los congresos locales donde la situación disminuye drásticamente.

Lo mismo sucede en otros espacios; en el Poder Judicial las juezas alcanzan 20 por ciento, dos mujeres de 10 jueces y de 62 magistrados sólo cinco son mujeres (8.1 por ciento).

En las cabeceras municipales la participación de éstas sigue mínima; en agosto de 2008 su representación a escala nacional fue apenas 4.6 por ciento; sólo 112 municipios tienen a una mujer como presidenta; Aguascalientes, Baja California, Campeche, Colima, Nayarit y Querétaro no tienen ninguna.

En cuanto a la Administración Pública Federal, de las 19 secretarías de Estado dos las encabeza una mujer: Relaciones Exteriores y Energía. En 2008 las mujeres en puestos de secretarías u homólogos eran sólo 23 por ciento, es decir dos de cada 10, y en los cargos operativos 56.7 por ciento, seis de cada 10.

Sin embargo, pese a este contexto donde las mujeres son poco visibles y muy cuestionadas en su actuar como políticas y públicas, se han conseguido acciones y propuestas para resolver algunos de los problemas de la condición social de las mujeres, como la etiquetación de recursos destinados a programas para las mujeres y la publicación, en 2007, de la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, no obstante aún quedan pendientes como el respeto de los derechos sexuales y reproductivos de las mexicanas —de 2008 a la fecha se ha modificado la Constitución Local de 17 entidades federativas para penalizar la maternidad libre y voluntaria, consagrada en el Artículo 4 constitucional, bajo el argumento de proteger la vida desde el momento de la concepción-fecundación hasta la muerte natural.

De uno a dos lugares de cada 10, las mujeres pueden acceder a espacios de poder en algunos rubros, lo que las aleja sustantivamente de la ansiada equidad porque representan el 51 por ciento de la población total y del padrón electoral del país.

## **Representación Social de la Participación Política de las mujeres en la Prensa e Internet**

Cuando la participación política de las mujeres y sus actividades son representadas en la vitrina mediática reflejan su papel asignado y asumido; así, para analizar el impacto en las y los lectores, estudiamos las notas de *El Sol de México*, *El Universal*, *Excélsior*, *La Jornada*, *Milenio* y *Reforma*, principales diarios de circulación nacional y posicionamiento en el público lector que cubren intereses y visiones sobre el acontecer cotidiano.

También hubo un registro de las notas que aparecieron en cinco portales de Internet: *El Sol de México*, *El Universal*, *Milenio*, *Noticieros Televisa* y *CNN Expansión*, pero no hubo una diferencia significativa que requiriera análisis aparte, tanto en cobertura como enfoque de información, los criterios coinciden y se repiten con la información impresa, tal vez la diferencia pudiera estar en los diferentes públicos de uno y otro medio.

Ese impacto se analizó desde el contexto en que se produce y consume; utilizando la pragmática, la semántica –abstrayendo a los usuarios y centrándonos en la relación entre los signos y los objetos– y la sintaxis (relaciones entre los signos, prescindiendo de toda alusión a los usuarios o significados),<sup>2</sup> desentrañando su forma y sentido para determinar la importancia que se les da y el alcance general que puede tener en la sociedad, pues “aunque no siempre se cree lo que se lee, influyen en lo que se considera importante o irrelevante”.

De igual manera, se incorpora la Representación Social, que estudia los aspectos psicológicos del individuo integrando lo sociológico, para descubrir cómo entienden las personas su entorno.

A ello, las cobija necesariamente la Perspectiva de Género, la veta de estudio que plantea la construcción social y cultural de los sexos; la adjudicación de cualidades y potencialidades por tener uno u otro cuerpo, donde la dominación masculina impera y se naturaliza lo biológico y se biologiza lo natural. Este planteamiento constituye el eje conductor de la presente revisión.

### **Metodología para el análisis...**

Para el estudio se seleccionaron como unidades de análisis el título, tema y párrafo; las dos primeras abarcaron tres meses de revisión (mayo, junio y julio) y el título, tema y párrafo se consignaron sólo para los textos de opinión. El análisis del párrafo permitió determinar el enfoque, la mirada, posición y opinión en los medios indicados, con la que se plantea la participación política de las mujeres, porque revela el lugar y los valores que se manejan en la sociedad.

<sup>2</sup> M. Victoria Escandell. Introducción a la pragmática. Antrophos. Universidad Complutense de Madrid, España.1993, p. 7.

El título (titular o cabeza), de los diarios permitió ubicar el tema de la información de acuerdo con la clasificación temática de cada uno de los rubros consignados: lideresas, funcionarias y políticas.

Para determinar el tema o asunto de un texto se estableció en el discurso periodístico la relación entre el todo y las partes<sup>3</sup>, a la lectura suprimimos lo que no sirve para determinar el tema y enriquecer nuestro conocimiento permitiéndonos reconstruir las percepciones de los hechos. Así, pudimos explicar aspectos sobre las representaciones sociales como sociedad, mujeres y hombres y nos permitió denunciar clichés sobre el papel y lugar de las mujeres en la política.

Para el capítulo sobre las diputadas de la LXI Legislatura que pidieron licencia, revisamos de septiembre a octubre de 2009 los mismos diarios, clasificando las notas por género periodístico.

### **Elecciones intermedias 2009: Participación de las mujeres**

De mayo a julio, las mujeres que se destacaron más en este periodo de campañas políticas al Congreso fueron 35, de los partidos Acción Nacional (PAN), Nueva Alianza (PANAL), Revolución Democrática (PRD), Revolucionario Institucional (PRI), de la Social Demócrata (PSD), del Trabajo (PT) y Verde Ecologista de México (PVEM). Sin embargo, en el análisis de las candidaturas de mujeres por partidos, al menos cuatro de los siete violaron la cuota de género del Artículo 224 del Código Electoral Local: PRI, PT, Convergencia y PVEM, pues sus candidaturas a jefes delegacionales rebasaron 70 por ciento establecido como máximo para aspirantes de un mismo género con 80 por ciento PRI, PT y Convergencia, mientras PVEM con un 75 por ciento.

Las dirigencias de Convergencia y PT decidieron reutilizar, bajo la figura de candidatura común, a aspirantes del PRD –con el primero fueron 10 y con el segundo, siete– y aún así cada uno de esos partidos tiene sólo tres candidatas a las demarcaciones.

Con la misma porción está el PRI, que eligió a sus aspirantes mediante sus consejos políticos delegacionales; mientras que el PVEM, quien tampoco abrió su elección al público, tenía cuatro; lo que les permitió eludir lo que establece el mismo Artículo 224<sup>4</sup> del Código Electoral, que dicta

<sup>3</sup> Macrorreglas: Supresión. Dada una secuencia de proposiciones, se suprimen todas lo que no sean presuposicionales de las proposiciones subsiguientes de la secuencia; generalización, dada una secuencia de proposiciones, se hace una proposición que contenga un concepto derivado de los conceptos de la secuencia de proposiciones, y la proposición así construida sustituye a la secuencia original; y la construcción, dada una secuencia de proposiciones, se hace una proposición que denote el mismo hecho denotado por la totalidad de la secuencia de proposiciones, y se sustituye la secuencia original por la nueva proposición". *Ibidem*, p. 48.

<sup>4</sup> Establece que los partidos políticos o coaliciones procurarán que los candidatos que postulen a jefes delegacionales no excedan de 50 por ciento de un mismo género, y en ningún caso registrarán más de 70 por ciento de candidatos en esas condiciones.

que al partido político o coalición que incumpla se le negará el registro de aspirantes.

El PRD incluso tuvo mayoría de hombres en sus candidaturas. De sus 16 aspirantes a jefes delegacionales, sólo dos fueron mujeres: Ana Guevara, para Miguel Hidalgo y Clara Brugada, para Iztapalapa. Sin embargo, el PRD echó mano del principio de dicho artículo pues estas candidaturas las presentó como resultado del voto de la militancia.

En el PAN, que hizo una mezcla de elección abierta y designación directa, apenas cumplió con la disposición, pues de los 16 aspirantes, 10 fueron hombres.

El PSD, que promueve la equidad de género como bandera política, registró nueve aspirantes de los cuales sólo cuatro fueron mujeres.

El Panal es el único partido que cumplió estrictamente con la ley, pues registró ocho mujeres y ocho hombres como aspirantes a jefes delegacionales<sup>5</sup>.

En el balance de los escaños ganados por las mujeres, apenas tuvieron una ligera modificación, que en términos cualitativos se puede incluso hablar de retroceso. En la revisión que hace una organización de la sociedad civil, Consorcio para el Diálogo Parlamentario y la Equidad<sup>6</sup>, y que da seguimiento a la discusión legislativa en temas de género, apuntaron que por la vía de mayoría relativa –que son electas por el voto directo– apenas llegaron 17 por ciento de legisladoras (52 diputadas de un total de 300 curules que se eligen por este principio) y en 2006, por esa misma vía de elección habían llegado 16.2 por ciento de mujeres. Lo que refleja que no hubo un avance significativo.

Otro ejemplo del poco avance de la participación política de las mujeres se observó en los pasados comicios locales de ocho estados de la República (Aguascalientes, Baja California, Baja California Sur, Campeche, Coahuila, Colima, Durango y Zacatecas) en los cuales ninguna mujer resultó electa por el principio de mayoría relativa. En 11 estados del país sólo se eligió a una mujer, mientras que el Distrito Federal, con seis legisladoras, es la entidad con la más alta elección directa de mujeres, a pesar de que la capital tiene 27 distritos electorales federales.

En un balance realizado por Daphne Cuevas Ortiz, directora de Consorcio para el Diálogo Parlamentario y la Equidad, se destaca que las candidatas a diputadas federales favorecidas por la vía de la representación proporcional (o plurinominal) porque los partidos estuvieron obligados a que en sus listas de candidaturas por cada bloque de cinco tenían que colocar por lo menos dos de sexo distinto, situación que se respetó.

Aunque esto favoreció la inclusión de las mujeres en las elecciones, de acuerdo con este observatorio político ciudadano la inercia del poder convencional lo manejan los partidos a su conveniencia: las cuotas que son de mayoría relativa deben ser el 40 por ciento y la lista proporcional debe

<sup>5</sup> Consejo Ciudadano. “Violan cuatro partidos cuota de género”. México, D.F., 2009

<sup>6</sup> Portal web: Consorcio para el Diálogo Parlamentario y la Equidad.

ser dos de cada cinco, pero resulta que en el caso de mayoría relativa los partidos pueden no cumplir con esta ley si las candidaturas resultan de una elección interna; entonces todos los partidos disfrazan de democrática la elección y simple y llanamente no cumplen con el 40 por ciento requerido, y el Instituto Federal Electoral (IFE) aceptó así las listas.

A estos obstáculos, además, se suman las candidaturas de mujeres por plazas perdidas de antemano.

Esta situación explica no sólo el bajo número de legisladoras elegidas por la vía directa sino que matiza la elección de mujeres vía plurinominal, pues de los 200 escaños de representación proporcional que llegaron a la Cámara, 44 por ciento son mujeres, esto es, 88 legisladoras y ya sumados las curules por ambas vías eleva el número a 140 mujeres, hoy 132, lo que representa 26 por ciento.

Sin embargo, la dinámica del sistema de partidos y el contexto sociopolítico tienen un impacto significativo sobre la efectividad de las cuotas.”

## ¿Quiénes estuvieron en los periódicos?

La selección de información de estos cinco diarios sobre mujeres y participación política respondió a tres subtemas: Partidos políticos, Funcionarias y Lideresas sociales, pues son los espacios donde se visibiliza el papel y lugar de las mujeres en el ámbito público y político. Los meses revisados fueron mayo, junio y julio de 2009, y para el caso especial de las diputadas de la LXI Legislatura que solicitaron licencia, los meses de septiembre a octubre de 2009.

### Número de notas por mes en los 5 diarios

	Mayo	Junio	Julio	Totales
Partidos políticos	169	336	200	<b>705</b>
Funcionarias	68	42	46	<b>156</b>
Lideresas sociales	30	23	14	<b>67</b>
<b>Totales</b>	<b>267</b>	<b>401</b>	<b>260</b>	<b>928</b>

### Número de notas generales por periódico

	El Sol de México	El Universal	La Jornada	Milenio	Reforma	Totales
Partidos políticos	168	89	128	161	159	<b>705</b>
Funcionarias	42	23	29	28	34	<b>156</b>
Lideresas sociales	9	19	12	13	14	<b>67</b>
<b>Totales</b>	<b>218</b>	<b>131</b>	<b>169</b>	<b>202</b>	<b>207</b>	<b>928</b>

## En internet

### Número de notas por mes en los 5 diarios

	Mayo	Junio	Julio	Totales
Partidos políticos	58	65	47	<b>170</b>
Funcionarias	21	4	10	<b>35</b>
Lideresas sociales	1	5	0	<b>6</b>
<b>Totales</b>	<b>80</b>	<b>74</b>	<b>57</b>	<b>211</b>

### Número de notas generales por portal

	El Sol de México	El Universal	Milenio	Noticieros Televisa	CNN Expansión	Totales
Partidos políticos	10	79	52	24	5	<b>170</b>
Funcionarias	3	10	12	10	0	<b>35</b>
Lideresas sociales	1	3	1	1	0	<b>6</b>
<b>Totales</b>	<b>14</b>	<b>92</b>	<b>65</b>	<b>35</b>	<b>5</b>	<b>211</b>

## Partidos políticos

Durante este periodo, se visibilizaron no sólo a las candidatas formales de las campañas sino a las lideresas de algunos partidos, ya fuera por su trayectoria y posicionamiento dentro de éstos o por su trayectoria en su ámbito que no necesariamente fue el de la política al grado de que fueron ellas las principales protagonistas de esta etapa.

Las campañas políticas de 2009 tenían programado su arranque para el cuarto mes del año, sin embargo, fueron atrasadas por el virus de la influenza A H1N1. Si bien en la actualidad el uso del ciberespacio es común, en esos días y para las campañas se volvió esencial. Concretamente Gabriela Cuevas, del Partido Acción Nacional y ex delegada de Miguel Hidalgo, anunció formalmente el inicio de su campaña por este medio.

En total, fueron 68 mujeres que aparecieron durante este periodo de campañas políticas al Congreso y fueron de todos los partidos: Acción Nacional (PAN), Nueva Alianza (PANAL), Revolución Democrática (PRD), Revolucionario Institucional (PRI), Social Demócrata (PSD), del Trabajo (PT) y Verde Ecologista Mexicano (PVEM).

En la información destacaron diez de ellas. Clara Brugada del PRD tuvo la mayor cobertura con 156 notas; en segundo lugar estuvo Beatriz Paredes con 151 notas y una cobertura privilegiada en *El Sol de México*, *La Jornada* y *Reforma*, pero apareció prácticamente en los cinco diarios muy bien posicionada y destacada.

Otra de las candidatas con buena cobertura fue Ana Gabriela Guevara, quien de igual forma apareció en los cinco diarios, destacando en *Milenio*.

Dentro de las de mayor presencia y cobertura tuvimos a las siguientes mujeres con su respectivo número de textos periodísticos aparecidos en los cinco diarios monitoreados:

# notas	Candidata	Partido y candidatura
156	Clara Brugada	PRD. Candidata a jefa delegacional
151	Beatriz Paredes	PRI. Presidenta nacional y candidata a diputada federal
80	Silvia Oliva	PRD. Candidata a jefa delegacional
56	Ana Gabriela Guevara	PRD. Candidata a jefa delegacional
26	Alejandra Barrales	PRD. Presidenta en el DF y candidata a diputada local
26	Gabriela Cuevas	PAN. Candidata a diputada federal
25	Josefina Vázquez Mota	PAN. Candidata a diputada federal
21	Mariana Gómez del Campo	PAN. Presidenta en el DF y candidata a diputada local
12	Guadalupe Loaeza	PRD. Candidata a jefa delegacional
6	Dania Ibett Puga Corona	PAN. Candidata a diputada local por Colima

Josefina Vázquez Mota apareció en los cinco periódicos pero sólo con 25 notas. *La Jornada* fue el medio donde apareció informativamente con una nota.

Gabriela Cuevas fue la candidata que, al igual que la anterior, apareció en cinco periódicos, con 26 notas. El medio que la incorporó menos en su agenda fue *El Sol de México* (2 notas).

La octava y novena posición fue de Mariana Gómez del Campo, del PAN, y Guadalupe Loaeza, del PRD, con una cobertura de 21 y 12 notas informativas, respectivamente. La primera aparece en los cinco diarios, la segunda sólo en cuatro. Loaeza quedó fuera de la agenda de *El Sol de México*.

Finalmente, la parte gráfica reforzó este escenario al difundir a las mujeres reconocidas por su trayectoria como Beatriz Paredes, Ana Gabriela Guevara y Josefina Vázquez Mota. Se repitió incluso el fenómeno de número de fotos en la misma proporción.

## Funcionarias

Se consignaron a las mujeres que encabezan alguna institución pública, ya fuera de los gobiernos locales o federales, de sindicatos o de organizaciones públicas en general.

Entre las que destacaron están aquellas relacionadas con situaciones coyunturales como la influenza A H1N1, como fue el caso de la secretaria de Relaciones Exteriores Patricia Espinosa y Margarita Zavala en su papel de esposa del presidente y presidenta del DIF Nacional; la fuga de unos reos en Zacatecas visibilizaron no sólo a su gobernadora Amalia García, sino que se dejaron ver las disputas y fracturas del Partido de la Revolución Democrática; y por las mismas elecciones que posicionaron a la Consejera presidenta del Instituto Electoral del Distrito Federal, Claudia Zavala. Con una cobertura menor también estuvieron Cecilia Romero, comisionada del Instituto Nacional de Migración, y María del Carmen Alanís, magistrada presidenta del Tribunal

Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF).

De esta forma, la presencia mediática de las funcionarias de la vida política del país es poca y responde a situaciones extraordinarias antes que a su importancia y acciones concretas dentro de sus ámbitos y el contexto general del país. Incluso gráficamente esta situación se reproduce y son retratadas casi exclusivamente aquellas mujeres reconocidas, con lo que se reproduce y refuerza la relegación e invisibilización del resto de funcionarias.

Respecto de la cobertura de los medios, Margarita Zavala, presidenta del DIF nacional, y Amalia García, gobernadora de Zacatecas, tuvieron cabida en los cinco diarios y el número más alto de notas: 31 para la presidenta del DIF nacional y 28 para la gobernadora. La secretaria Patricia Espinoza ocupó el tercer lugar con 22 notas.

Estas tres mujeres junto con Claudia Zavala, consejera presidenta del IEDF y María del Carmen Alanís Figueroa, magistrada presidenta del TEPJF, ocupan los primeros cinco lugares de cobertura porque los cinco medios atendieron informativamente sus agendas.

Cabe destacar que después de Cecilia Romero (10 notas) aparece Francesca Ramos Morgan con cuatro notas, pero su presencia está vinculada con su asignación a la Coordinación General de Asuntos Internacionales por el jefe de gobierno del Distrito Federal, Marcelo Ebrard, quien fue su esposo. De hecho, todas las notas destacan esta situación personal antes que la profesional.

En cuanto a la presencia gráfica la situación es exactamente fiel al posicionamiento de las funcionarias. Privilegiadas fueron tanto Patricia Espinosa, Margarita Zavala y Amalia García como Claudia Zavala y Francesca Ramos Morgan porque sus notas iban regularmente acompañadas del reporte gráfico.

## **Lideresas sociales**

Se consideraron mujeres destacadas de alguna organización civil o académicas. No obstante que su participación es histórica e importante en el ámbito social y civil, su visibilización es mínima, casi inexistente y no porque no hagan trabajo o no sea significativa su participación sino porque dentro de la agenda de los medios se cubren y se destacan mujeres clave en posiciones de poder y de relaciones, o bien sólo en situaciones coyunturales.

En esta lógica, sólo Elba Esther Gordillo, líder del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación, fue incorporada en la agenda temática de este periodo. Otras se relegaron, obviaron o marginaron de la vitrina mediática. Ella destacó no sólo por su poder en el ámbito educativo y sindical, sino también porque se dio en estos meses la crisis sanitaria de la influenza A H1N1.

Elba Esther Gordillo tuvo la mayor cobertura, 48 notas en los cinco diarios. Gráficamente también tuvo esta visibilización privilegiada, en todas

las posiciones y sus notas se acompañaron hasta por más de dos fotografías.

Una situación opuesta y contraria sucedió a Rosario Robles, ex jefa de gobierno del Distrito Federal y perredista, destacada mujer de la política, quien tuvo una aparición mínima, cinco notas y cobertura por un sólo diario, *El Universal*.

Por supuesto, esta incorporación informativa no fue en relación con ella misma como mujer pública sino por la publicación del libro de Carlos Ahumada Kurtz, empresario argentino, con quien se relacionó durante su jefatura en el gobierno del Distrito Federal; hecho que determinó que gráficamente se recuperaran imágenes de archivo.

## **¿Por qué se vieron así estas mujeres públicas en la prensa?**

### **Partidos políticos**

Sin duda alguna la manera en que se trató la información de las mujeres en la política tiene que ver con varios factores: La pertenencia a un partido determinado, la propia trayectoria de cada una de las protagonistas y el momento político coyuntural. En este escenario se puede entender y explicar por qué, de entre los diez primeros lugares, tres son los más destacados mediáticamente.

Éstos correspondieron a Beatriz Paredes, presidenta del Partido Revolucionario Institucional (PRI), seguida por Ana Gabriela Guevara del Partido de la Revolución Democrática (PRD) y en tercer lugar Josefina Vázquez Mota del Partido Acción Nacional (PAN).

Las tres mujeres se posicionaron de forma destacada en la prensa tanto por la contienda política del momento pero sobre todo por su propia trayectoria. Incluso, su fuerza personal y de afiliación a uno u otro partido, de alguna forma, impactó o empujó las candidaturas de mujeres y hombres.

La razón o justificación de su presencia en primeras planas y de forma destacada tiene que ver sin duda alguna con la coyuntura, es decir, las elecciones al Congreso pero también con el enfrentamiento entre partidos. Concretamente entre la primera y segunda fuerza de este país, es decir el panismo versus el priismo.

“Descarta campaña de ataques al PRI”. La estrategia electoral del PAN será de propuestas, asegura Vázquez Mota. (*El Universal*, 13 mayo 2009, p. A9).

Este encono partidista se reprodujo y alimentó entre otras candidatas, concretamente entre otras dos de las más documentadas periodísticamente: Ana Gabriela Guevara versus Demetrio Sodi y Gabriela Cuevas versus Guadalupe Loaeza.

No obstante estos criterios uniformes de la agenda periodística, donde lo importante fue documentar el enfrentamiento, el señalamiento de errores, existió una notable diferencia entre la cobertura a Beatriz Paredes y las candidatas, pues ésta triplicó el número de notas (151), sobre sus pronunciamientos en estas campañas, con respecto a Ana Gabriela Guevara (56), por ejemplo. Además, dos de los periódicos de mayor consumo y presencia fueron los que más la cubrieron: *Reforma* y *El Sol de México*.

En la capital, las presidentas locales del PAN y el PRD figuraron con cierta importancia pero más por su cargo que por sus campañas: Mariana Gómez del Campo y Alejandra Barrales, respectivamente. Ésta última directamente asociada con Clara Brugada, la candidata por Iztapalapa, quien más se visibilizó por su impugnación en el Tribunal Electoral que por su candidatura misma. Brugada se adjudicó, por ello, la primera posición (156 notas), incluso arriba de Beatriz Paredes.

En el caso de Ana Gabriela Guevara en confrontación con Demetrio Sodi por la Delegación Miguel Hidalgo, hubo descalificación y violencia por parte del segundo. Situación sintomática de las reacciones que pueden provocar mujeres que resultan ser más visibles y quizá más populares frente a hombres como el político mencionado.

Otros nombres de mujeres que destacaron en menor medida pero una de las que llamaron fuertemente la atención fue Dania Ibett Puga Corona, candidata del PAN a diputada local en la cuarta posición plurinominal. La razón fue el escándalo, que siempre vende, al ser detenida por la Policía Estatal por robar artículos de belleza, con un valor aproximado de mil 500 pesos, en una tienda de Wal-Mart. Este hecho escandaloso fue realmente el que la hizo pública, no su propia candidatura o propuestas, mucho menos trayectoria. Así ganó un espacio y se volvió célebre en la prensa.

Cabe destacar que era candidata a una diputación estatal: Colima, y la situación antes descrita la llevó a las primeras planas y secciones nacionales de los periódicos *El Sol de México*, *El Universal* y *Reforma*.

Claudia Corichi fue otra de las políticas que ocuparon cierto espacio privilegiado. Ella es senadora del PRD e hija de Amalia García. Su presencia durante este periodo fue a partir de las acusaciones del ex perredista Ricardo Monreal a la gobernadora de Zacatecas, su madre, y donde ella también fue implicada y atacada. Corichi hizo declaraciones que tuvieron eco en la prensa y de ahí su visibilización en este periodo.

Guadalupe Loaeza, como contendiente con la ya mencionada Gabriela Cuevas, fue ampliamente cubierta informativamente. En este caso tuvo relación obvia con su trayectoria de escritora antes que de militante o incluso de candidata.

Hortensia Aragón, secretaria general del PRD, tuvo cierto foro por sus declaraciones contra Andrés Manuel López Obrador y la alianza de éste con los partidos Convergencia y PT, pero no por su trayectoria personal política.

## Funcionarias

La mayoría de las funcionarias destacó en los medios por sus declaraciones en situaciones coyunturales, ninguna por su trayectoria o acciones en la vida política del país. Algo común y sobreentendido en el medio periodístico, pero significativo para el análisis si consideramos que su voz, imagen y el enfoque de la información en la mayoría de los casos se centró en lo impersonal de la institución, organismo o funciones del caso, como si fuera irrelevante la dirección de una u otro, de una trayectoria y un talento específico. Si bien, en algunos casos y quizá hasta en una sola nota se aderezó de la mirada estereotipada sobre su papel como mujeres funcionarias al frente de una institución.

Entre las que tuvieron cobertura por el momento social y político se encuentran Margarita Zavala, Amalia García, Patricia Espinosa, Claudia Zavala, María del Carmen Alanís y Cecilia Romero.

Margarita Zavala fue la que tuvo la mejor cobertura en su papel de funcionaria como presidenta del DIF nacional y pariente de los dueños de la Guardería ABC de Sonora, donde el 5 de junio de 2009 murieron en un incendio 49 niñas y niños y afectó a decenas más.

No obstante su cobertura, fue y es accesoria por su ubicación y trato preferencial como esposa del presidente en turno más que por su propia carrera política que tenía dentro de su partido. Incluso la información fue y es estereotipada sobre el hacer y quehacer de las consortes presidenciales.

Amalia García, perredista, ex presidenta de su partido, actual gobernadora de Zacatecas y con múltiples cargos y encargos en su carrera política es una mujer que pocas veces es objeto de información pese a su constante y regular activismo. Durante este periodo de revisión ella apareció en las primeras planas y en las secciones nacionales y de política, pero no por su perfil o evaluación de su desempeño en su estado sino por el escándalo que significó la fuga de 53 reos del penal Cieneguillas, apoyados por un comando armado. Después por el decomiso de más de 14.5 toneladas de marihuana de una propiedad de Cándido y David Monreal, hermanos del senador Ricardo Monreal, lo que desató una guerra de declaraciones entre éste y la gobernadora.

Con buenas y múltiples referencias, pero por el debate, el nombre de la política Amalia García fue constantemente aludido pero sólo en el ambiente de encono y enrarecimiento del clima político en el país.

La secretaria de Relaciones Exteriores, Patricia Espinosa, se ubicó en el tercer puesto porque apareció en las notas por el trato discriminatorio de las y los mexicanos en el extranjero por la influenza A H1N1, la visa para viajar a Canadá y la Iniciativa Mérida, principalmente.

Extremos ambos que de alguna forma condicionan y estereotipan la labor pública de las mujeres en nuestro país.

A la par de la cobertura de la gobernadora zacatecana y la secretaria de Relaciones Exteriores, Claudia Zavala ocupó espacio en la agenda

periodística en su papel de consejera presidenta del IEDF, pero en la misma característica que Patricia Espinosa, es decir, la labor institucional de los organismos que presiden sobrepasa y desdibuja cualquier distintivo de su dirección como mujer en su trayectoria personal política (ni en sentido positivo, ni negativo).

Pareciera que nos nutrimos de información híbrida, sin embargo, realmente se trata de una minimización de la presencia y el actuar político de las mujeres, y en ese sentido los medios invisibilizan la participación de las mujeres en cargos importantes, porque son foco de atención sólo cuando las pueden asociar con el escándalo o el morbo.

La confirmación de este enfoque reiterado de los medios tiene fiel ejemplo en el caso de Francisca Ramos Morgan, quien fue nombrada coordinadora general de Asuntos Internacionales del Gobierno del Distrito Federal.

En resumen, lo que importa todo el tiempo en los medios es “vender” informativamente desde los sujetos sociales y su identidad socialmente aceptada y generalizada.

En el caso de las mujeres este tipo de titulares revelan la representación social que predomina en el imaginario respecto de lo qué es y hace una mujer, pues estos valores los abrevan, resumen y emiten la cadena productiva de las noticias que va de los dueños, al equipo editorial y de trabajo: las mujeres vistas y entendidas desde la superficialidad o lo contrapuesto al mundo de los hombres (razón, poder, acción, producción).

Por eso se les asocia con la banalidad: el “chisme”, el “escándalo”, el “morbo”, o bien la razón de su existencia en relación y en sujeción con los otros, los hombres, de ahí su presentación desde el “romance”, la maternidad, el matrimonio, los hijos. Mentalidad que no favorece la mirada pública sobre mujeres públicas porque ésta no se centra en su desempeño y capacidades.

## **Lideresas sociales**

Dentro de las mujeres que lideran grupos o asociaciones su presencia es prácticamente nula en los medios, quienes tienen cobertura es por su poder innegable y su permanencia constante en las acciones públicas y políticas como es el caso de la líder del SNTE, Elba Esther Gordillo Morales. Ella es la excepción que confirma la regla sobre la exclusión pública y mediática de su trabajo.

El caso de la ex jefa de gobierno del Distrito Federal, Rosario Robles Berlanga, es otra de las confirmaciones de estas máximas culturales que se asocian con las mujeres porque pese a su brillante carrera política y de funcionaria, primero como secretaria de Gobierno y luego como jefa de Gobierno del Distrito Federal, nunca tuvo reconocimiento y cobertura como cuando se desató el escándalo de los sobornos a funcionarios perredistas y por su relación con el empresario argentino Carlos Ahumada Kurtz.

Esto se comprueba en este periodo de observación de la agenda porque a ella se le incorporó a la escena informativa porque Ahumada la menciona en un libro sobre lo que vivió en ese proceso de “destape” de relaciones políticas, personales y sociales. Entonces los diarios acudieron a ella y le dieron foro para que externara su opinión sobre lo publicado, sin que les interesara antes su destino público después del linchamiento político, público y mediático.

En este orden y lógica informativa, Elba Esther Gordillo tuvo presencia más que por los eventos coyunturales como la emergencia sanitaria y las elecciones, por el poder que representa el sindicato y ella a la cabeza. De ahí que fuera noticable cualquier declaración, que fue de las condiciones para el retorno a clases después de la emergencia sanitaria, a la muerte de su madre, o al acceso restringido que hay sobre su expediente.

Indudablemente la forma cómo aparece esta mujer informativa es un caso sui generis y sin precedente respecto de otras mujeres públicas porque no hay muchas que tengan el poder del sindicato que ella preside y que ha signado con su característica forma de representarlo y dirigirlo.

Hoy, los medios asocian su presencia con el poder pero esto mismo abate y pone en tela de juicio las discusiones y lucha de las mujeres que promueven el empoderamiento femenino por sus acciones, si bien la confrontación y señalamiento de la opinión pública no es directa se hace por diferentes y sutiles medios como puede ser hasta el gráfico.

En este punto, la toma fotográfica y las caricaturas que hacen de Elba Esther reflejan una permanente búsqueda por ridiculizarla, exhibirla, desacreditarla y por supuesto desde la mirada patriarcal que busca sus peores poses y caras. Es decir, no dejan de “mirarla” como mujer, pero desde su visión y acepción de cómo debe estar y verse, de ahí que la retraten “fea”, “rara”, “deformada”.

Sin duda, las mujeres públicas en la mira pública de los medios es un tema a desarrollar exhaustivamente, sobre todo en casos emblemáticos y sintomáticos como el de esta mujer.

## **¿Y la opinión? ¿Forma opinión?**

En el periodismo el papel de los géneros de opinión (artículo de fondo, editorial y columna) tienen la función de orientar al público lector en su mirada y reflexión sobre los hechos que se presentan informativamente<sup>7</sup>. Periodistas reputados como Miguel Ángel Granados Chapa consideran a la opinión el género mayor del periodismo, de una alta misión social. La teórica y académica Susana González Reyna<sup>8</sup> plantea que en los espacios de opinión

<sup>7</sup>Buendía, Manuel, Ejercicio periodístico, Editorial Océano, Distrito Federal, México, 1986.

<sup>8</sup>González Reyna, Susana, Géneros periodísticos I. Periodismo de opinión y discurso, Editorial Trillas, Distrito Federal, México. 1991.

periodística presenciamos una combinación de motivaciones sociológicas y lingüísticas en la elaboración del mensaje, que resumen un discurso social vigente y aceptado, que constantemente evalúan los acontecimientos pero también los refuerzan y reciclan mediante la “reconstrucción” que hace el periodista de la realidad.

De hecho, para dimensionar la importancia de la opinión, las secciones editoriales son las que consultan y revisan el llamado “círculo rojo”, es decir, el grupo de poder y decisión de cualquier sociedad.

En los meses en que se dio la contienda electoral y permitió visibilizar las propuestas y el escenario político social, la sección editorial abordó algunos de los temas candentes del periodo relativos a nuestros subtemas: políticas, funcionarias y lideresas. Si bien no fue significativa la cobertura, los enfoques confirman una mirada que evalúa y califica la participación de las mujeres en el ámbito público.

## **Partidos políticos**

Dentro de la reflexión sobre los partidos principales y sus contendientes el esquema de cobertura se repitió al ser Josefina Vázquez Mota la mujer de la principal disertación en relación con su partido y, si acaso, la candidata panista Diana Ibett Puga por el robo que cometió y su destitución.

Bajo estos criterios, poco se apoyó o diversificó la pluralidad y diversidad de visiones, pues incluso cuando se disertó sobre Josefina Vázquez Mota, se ponderó primero a César Nava o las condiciones del PAN para 2012 en relación con el candidato priista Enrique Peña Nieto y cuando se habló de la destitución de la candidata Puga, inició el planteamiento sobre quien ejecutó la acción: Germán Martínez Cazares.

Esta mirada estereotipada poco ilustra o posiciona la forma convencional en que la ciudadanía percibe la acción y participación de las mujeres en la conducción política de este país y sí en cambio relega la presencia y capacidad de las mujeres, al tiempo que refuerza prejuicios sobre capacidades de las políticas.

En el caso del PRD la supuesta reflexión y disertación estuvo dictada por el debate que generó la intervención de Andrés Manuel López Obrador en la candidatura de la delegación Iztapalapa y la controversia que generó. De ahí que, de un total de 26 textos de opinión de los cinco diarios sobre el PRD, 15 abordaran desde diferentes aristas el poder y actuar de López Obrador a raíz de las elecciones en esta delegación. Clara Brugada fue relegada aun al mismo fenómeno denominado “Juanito”.

A este enfoque centrado en uno de los líderes políticos más importantes del momento, se agregaron títulos claramente sexistas, que sin más palabras ilustran el pensamiento real sobre el papel de las mujeres públicas más allá del discurso “políticamente” conveniente y “moderno” porque alude a un cosmético como el bótox, que además es para rejuvenecer, es decir,

para no asumir la vida como experiencia e instalarnos en la eterna “juventud” porque somos vistas como objetos de consumo para los hombres.

Respecto del PRI la opinión no se centró en el carácter de las elecciones para esta legislatura, ni en los posibles escenarios para la ciudadanía y concretamente para las mujeres, o en la cobertura lograda de acuerdo con las reglas y reformas al COFIPE en relación con las cuotas de género, el foco de atención fue la presidenta del PRI, sus declaraciones, su negociación con otros partidos, el poder que tiene en estos procesos electorales, pero todo a la luz de la fuerza del partido para llegar de nuevo a la presidencia en 2012. De aquí que de 13 textos de opinión 10 tuvieran como tema a Beatriz Paredes Rangel.

No obstante que se reconoce su poder dentro de su partido, es sintomático e ilustrativo el título de una columna Beatriz, la regañada, porque se regaña a la menor, a quien no tiene poder, lo que se contradice con la presencia y realidad de esta política pero se justifica en su posición de mujer.

La siguiente columna es más transparente en ese reconocer, negar y descalificar. Es decir, en esa dualidad y ese conflicto social sobre el papel preponderante y destacado de las mujeres que, a final de cuentas, resumen en desaprobar a partir de los clichés culturales sobre lo femenino al decir “juntas no las quieren ni difuntas” y el remate del primer párrafo: “La sugerencia es que lancen un llamado nacional: ¡Políticos varones de México, uníos! O un TUCE: ¡Todos unidos contra ellas!”

En el análisis que ofrecen los textos de opinión se refleja este malestar oculto y esta descalificación constante, pero evidente en las analogías y argumentos que utilizan, porque en el siguiente artículo si bien el periodista habla de que los políticos priístas reconocen la dirección de Beatriz Paredes, al mismo tiempo plantea que ella puede ser la “santa” a quienes se encomienda o acude el partido para regresar a la presidencia y no conforme con ello el título acaba de definir su imaginario respecto de las mujeres, ese extremo en el que se ubica a las mujeres: vírgenes o putas, pues tituló su artículo como La mujer de todos que en el pópulo se sabe se refiere a las putas.

## **Funcionarias**

Las mujeres que fueron motivo de disertación y reflexión en este periodo de revisión fueron la gobernadora Amalia García y la presidenta del DIF, Margarita Zavala. Los temas de disertación fueron: la fuga de reos y sus implicaciones para su gubernatura y el partido, y la relación familiar de Margarita Zavala con los dueños de la guardería de Sonora que se incendió y donde murieron más de cuarenta niñas y niños.

En el caso de Amalia fueron siete textos de 12 los que evaluaron su situación como cabeza de estado y como integrante de un partido con sus pugnas y escisiones.

Sólo un texto de siete, el de Guadalupe Loaeza, abordó la reflexión

desde los logros de esta política de amplia trayectoria y singular estilo de participar. Es decir, desde su acción social y logros para la sociedad zacatena.

En el caso de Margarita Zavala su lugar al lado del poder presidencial garantiza la cobertura de sus acciones e imagen, sin embargo, durante los meses de elecciones coincidió un evento desafortunado en Sonora en una guardería infantil que puso en evidencia sus relaciones familiares con los dueños de ésta, pero en ningún momento se le corresponsabilizó ni pasó de señalar los cercanos nexos y en todo caso se acotó la responsabilidad estatal y federal.

## **Lideresas**

De ocho textos de opinión, siete se refirieron a Elba Esther Gordillo, pero en algunos de ellos la forma en que se habló sobre su papel de lideresa reflejó la misoginia sobre la participación política de las mujeres porque justamente no fue sobre su desempeño sobre lo que se inicia la disertación.

En el rejuego de palabras o la explicación de la tesis invariablemente viene la mirada sobre Elba Esther como mujer: fea o bonita, como si esto fuera lo relevante, pero no sobre sus logros, sus desaciertos o abusos de poder. La asociación con su físico es constante y descalificatorio, con esta perspectiva refuerzan la idea de que las mujeres antes que inteligencia o capacidad somos cuerpo y el referente para la juventud es que lo importante es la presencia "agradable" hacia el o los otros y no el desempeño.

Sin embargo, en este alud de miradas estereotipadas algunos textos trascienden esta mirada machista como en el caso del columnista Miguel Ángel Granados Chapa.

## **Conclusiones**

Si retomamos los principios de la representación social que considera que la organización de imágenes y del lenguaje nos permiten entender las relaciones de una sociedad, así como el entendimiento de las personas sobre su entorno: el orden, la jerarquía, las prioridades, las razones y sin razones de un orden, entre muchos otros, tenemos que en este objetivo los medios de comunicación masivos son un escaparate fiel de estas máximas y creencias sociales porque ordenan y producen la información en relación con el interés social, es decir, recoge valores sociales para luego cumplir una función orientadora, pero también para reforzarlos.

Así, después de este ejercicio de revisar con la lupa de género cómo nos informan y nos forman algunos diarios cotidianos de la capital de la república en momentos coyunturales como las elecciones del Congreso, que a la larga definen algo más que leyes porque pautan rumbos y políticas de una nación, y concretamente a favor o en contra de más de la mitad de su

población, las mujeres, o en el desempeño de las funcionarias o el papel de las lideresas, algunos puntos a destacar desde la representación social de la participación política de las mujeres en la prensa son los siguientes:

Los medios siguen privilegiando los géneros informativos, que si bien prometen y aluden objetividad, terminan siendo fugaces, sin documentación y contextualización, se quedan en el criterio noticiable, es decir, lo que vende, lo novedoso, escandaloso, superficial.

De un total de 928 textos de los cinco periódicos revisados, 864 corresponden a los géneros informativos. Los textos de opinión representan apenas 65 artículos.

Esta cobertura revela la inmediatez con que se abordan los hechos coyunturales y en ese sentido cómo terminan convirtiéndose los sucesos trascendentes en "flor de un día", si a esto sumamos la ausencia protagónica de las mujeres que participan en la política –independientemente de que en número además sean mucho menos- este sesgo se vuelve sintomático sobre la invisibilización, marginalidad y cómo relegan a las mujeres, sus actividades, propuestas, problemas, y su condición.

Situación recurrente. En 2006, durante la contienda electoral para la presidencia de nuestro país, el Observatorio de medios de Comunicación e Información de la Mujer, AC (CIMAC), realizó un monitoreo de medios en *Milenio*, *Reforma*, *El Universal*, *La Jornada* y *El Sol de México* sobre la participación política de las mujeres y encontró que de 32 mil 272 notas, sólo mil 19 notas reflejaron la condición social de las mujeres; a pesar de que entonces existía una candidata mujer a la Presidencia de la República, Patricia Mercado, su candidatura no logró las primeras planas salvo en 12 ocasiones y estuvo relegada a las páginas interiores en las secciones de política.

Otro hallazgo importante es que las secciones que preferentemente informan sobre participación política es la Nacional y la Política, pero en éstas tienen poca cabida y presencia, aun las mujeres que participan en política y sólo aquellas posicionadas por cargos, trayectoria (las menos), o las que propician un "escándalo", son las que tienen un espacio.

Por esto se concluye que en el plano informativo la presencia de las mujeres es aleatoria y accesoria sin importar que ellas se encuentren participando en la vida pública de este país. Esto se confirma con la cobertura mediática que se hizo sólo de la quinta parte de las mujeres que participaron en la categoría de Partidos políticos: 10 de 64.

Otro punto a poner en evidencia es que las mujeres cuando son incorporadas en la información no dejan de ser vistas como una construcción social y cultural para los otros, es decir, mujer objeto que es vista y evaluada desde su cuerpo. Confirmación fiel es que las candidatas que mejor lucen las incorporan en la información gráfica o bien en los propios titulares destacan palabras que las califican o descalifican desde su cuerpo. Un caso importante y grave es el de Elba Esther Gordillo.

La participación política de las mujeres se cubre desde la asociación que se hace de ellas con el escándalo o clichés estereotipados sobre el ser

mujer. La demostración de esta mirada es el caso de la candidata del PAN, Dania Ibett Puga Corona quien fue destacada por el robo de cosméticos en un Wal Mart, pero que de otra forma hubiera quedado prácticamente en el anonimato.

También el caso de la funcionaria del gobierno del Distrito Federal, Francesca Ramos Morgan, a quien se le conoció y se supo de su nuevo cargo porque fue la esposa del jefe de gobierno Marcelo Ebrard.

Y por último, el caso más lamentable es el de la política Rosario Robles, que no obstante su activismo y amplia trayectoria, volvió a ser foco de atención en los medios por la mención que de ella hizo el empresario Carlos Ahumada en un libro que publicó sobre los sobornos a perredistas durante la jefatura de gobierno de Robles Berlanga.

Para confirmar el sexismo e inequidad que prevalece en la forma y el fondo del periodismo se encontró que el género mayor, la opinión, no cumple su papel orientador y formador porque reafirma clichés y miradas de poder. Los análisis que de la participación política de las mujeres no pudieron desmarcarse del sexismo y prejuicio social que existe sobre éstas y su papel público en la vida del país.

Basta revisar desde dónde se miró la capacidad de las candidatas al Congreso, porque la evaluación se hizo a la luz de Andrés Manuel López Obrador y el escándalo con Clara Brugada y Rafael Acosta “Juanito”; en el caso de Margarita Zavala como “primera dama” en funciones; en el caso de Amalia García desde su relación como militante de un partido en escisión y fracturas, y finalmente la cereza del pastel que fue Elba Esther Gordillo Morales a quien se le descalifica todo el tiempo por su apariencia física, más allá de sus capacidades o incapacidades políticas y sociales.

Todos estos hallazgos se refrendaron con la posición y sobredimensionamiento de las imágenes que acompañaron a las candidatas.

En el mes de septiembre los diarios tuvieron una nueva veta informativa: La solicitud de licencias de ocho diputadas; por el PRI, Ana María Rojas Ruiz y Yulma Rocha Aguilar para ceder el paso al chiapaneco cenicista Julián Nazar y al ex secretario de Francisco Labastida, Guillermo Ruiz de Teresa, sus suplentes; por el PRD pidió separarse de su cargo Olga Luz Espinoza, y por el Partido Verde, Carolina García Cañón –cuyo suplente será Alejandro del Mazo Maza, hijo de Alfredo del Mazo– Mariana Ivette Ezeta Salcedo y Laura Elena Ledesma, cuyo suplente será Maximino Alejandro Fernández Ávila, ex diputado federal, así como sus compañeras de partido Katia Garza Romo, sustituyéndola su marido, el empresario regiomontano Guillermo Cuevas Sada, y Anel Patricia Nava.

A este hecho lo titularon “Síndrome ‘Juanito’ contagia a la Cámara”. Y de ser la licencia de diputadas un fenómeno recurrente en las dos anteriores legislaturas para ceder sus cargos a sus suplencias masculinas, éste llamó la atención por el caso de la delegación Iztapalapa<sup>9</sup>, que registró formalmen-

<sup>9</sup> La elección interna entre Brugada y Silvia Oliva del PRD en Iztapalapa fue cuestionada y terminó en el Tribunal Electoral. A menos de un mes de las elecciones, siendo candidata del

te al candidato Rafael Acosta, mejor conocido como “Juanito” y que Andrés Manuel López Obrador declaró sustituible por Clara Brugada.

Los partidos quedaron libres de culpa, el costo del sistema partidario donde se privilegia a los hombres recayó en las mujeres como las “únicas responsables”, donde además se reafirma que ellas no deben estar en política porque siempre ceden.

Pronto comenzó a cuestionarse “el tráfico de curules” y la burla a la ciudadanía principalmente y, por supuesto, todo se ventiló en los medios. En el orden del debate y la disertación, al final también incorporaron el fenómeno principal de la discusión y que tiene que ver con la cuota de género de los partidos como una medida asumida y entendida como una de las vías para caminar en pos de una democracia integral.

Lo sintomático y revelador de este debate mediático fue lo que evidenció, la forma en que se discutió, es decir, el fondo del problema: la falta de claridad que se tiene cuando se habla de perspectiva de género, equidad de género y que en cierto sentido explica la razón de ser de las cuotas de género dentro de los partidos y, por supuesto, la trasgresión a éstas de forma cotidiana y sistemática sin mayores problemas, salvo en esta ocasión que coincidió con el caso Juanito, pero que de no ser por esto como en las otras legislaturas se hubieran cedido las curules sin cuestionamiento alguno.

Para comenzar, algunos diarios titularon la noticia en masculino, cuando la mayoría de legisladores que pedían licencia eran mujeres, 8 de 10.

Y no sólo esto, sino que bautizaron finalmente a las diputadas como “Juanitas” en alusión y en honor a Juanito<sup>10</sup>, el hombre que prestó y se prestó a la simulación de su candidatura, pero que también llamó la atención por su origen popular y sin “tablas” para enfrentar los cuestionamientos y el revuelo que causó su triunfo en la delegación Iztapalapa. Sin dejar de lado el sentido peyorativo al bautizarlas de “Juanitas”, porque podría referirse también al juego de palabras sobreentendido popularmente de decir “Juan” al tonto, al despistado.

De ahí que el posicionamiento de las diputadas en el debate periodístico a partir de Juanito mostró el desprecio hacia las mujeres, hacia el tema central que es la violación a las cuotas de género, ya no por las mujeres mismas, sino por los partidos y su estructura, y luego por los medios y los periodistas.

A nivel informativo se ventiló el hecho masculinizando la informa-

PRD Clara Brugada, el TRIFE concluyó que la ganadora era Silvia Oliva. El PRD inició un enfrentamiento interno a nivel del partido local, con Andrés Manuel López Obrador, versus el partido nacional, con Jesús Ortega, pues éste avaló el dictamen del TRIFE y registró a Oliva, mientras López Obrador pidió a los perredistas de Iztapalapa que votasen por el candidato del PT, Rafael Acosta, alias ‘Juanito’, para que cuando ganara, declinara la jefatura delegacional a favor de Clara Brugada.

<sup>10</sup> “Juanito... el nombre viene de hace 27 años, cuando mis hijos eran pequeños. Tenían seis o siete años y formé un equipo de fútbol en el que era una coincidencia que de 15 niños que estaban en el equipo, 11 llevaban el nombre de Juan. Y ahí formé el equipo de los Juanitos. “Víctor Hugo Michel. ¿Y quién es Juanito?, Milenio.com, 17 nov. 2009.

ción aún cuando se trataba en su mayoría de mujeres, focalizando la atención en la burla al electorado y en tercer lugar, la transgresión a la ley de cuotas de género que establece el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) para los partidos y sus candidaturas. En ese orden, era hasta el tercer párrafo de la información donde se explicaba este último punto, crucial para lo que hoy políticamente es correcto incorporar: a las mujeres, al género, a la equidad, la perspectiva de género, entre otras palabras clave y célebres del discurso moderno y apropiado.

En la opinión el suceso no fue mejor. Todos los títulos de los textos, ya fueran artículos de fondo o columnas, repitieron el cliché estereotipado de las "Juanitas":

E incluso uno tituló su editorial como Las incubadoras (*El Financiero*, Jaime Castrejón Díez, 14 sept. 2009, p. 26), aludiendo al fenómeno pero sobre todo a la condición de género de las diputadas, y esto es lo que explica que fuese hasta el octavo párrafo cuando comenzó a analizar el fenómeno a la luz de las cuotas.

En una gala de desprecio incluso usa la letra "j" minúscula y al final las tacha de ignorantes e inconscientes, descargando, compartiendo y reforzando la representación social que tienen para él las mujeres en su calidad de mujeres públicas y políticas: las mujeres no sirven para tan altas responsabilidad, no tienen moral ni ética.

En este sentido se analizó, debatió y reflexionó en los medios y por las y los periodistas sobre las licencias de diputadas pertenecientes a partidos que no les importa incorporar políticas de género más que en la medida de su conveniencia.

Al mismo tiempo que reveló que el número no hace la diferencia en relación con las acciones cualitativas en pro de las mujeres de este país. El trecho se vio todavía grande para superar del lado de las instancias oficiales y las propias beneficiarias, pero sobre todo sirvió como parámetro del nivel alcanzado en la sociedad sobre este tema porque a final de cuentas las calificaciones y descalificaciones, los temas centrales y los aledaños que se abordaron, tanto a nivel informativo como de opinión transparentan el nivel sociocultural del lugar que pensamos y reproducimos de unas y otros, más allá del discurso políticamente conveniente y de los buenos deseos.

Como corolario y confirmación de esta realidad el pasado 29 de octubre durante la sesión en el Pleno de la Cámara de Diputados y por mayoría económica se aprobaron la solicitud de licencia de las legisladoras Kattia Garza Romo, del Partido Verde Ecologista de México, quien fue sustituida por su marido Guillermo Cueva Sada empresario en Nuevo León y Karla Daniela Villarreal Benassini, de Nueva Alianza, quien dejó su lugar a Gerardo del Mazo Morales, sobrino del ex gobernador del estado de México Alfredo del Mazo, para separarse de sus funciones como diputadas federales electas "por motivos de salud".

Por otro lado durante la Sesión Pública de Resolución de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF),

efectuado el 11 de noviembre pasado, la y los magistrados resolvieron de manera unánime solicitar a la Mesa Directiva de la Cámara de Diputados que tomen una decisión con respecto a la solicitud de licencia de las diputadas electas Olga Luz Espinosa Morales del Partido de la Revolución Democrática y Ana María Rojas Ruiz del Partido Revolucionario Institucional la cual deberá ser notificada de manera pronta a sus suplentes, Carlos Enrique Esquinca Cancino y Julián Nazar Morales, para que puedan tomar protesta y “ocupar su curul”.

Lo anterior se da luego de que Carlos Enrique Esquinca Cancino y Julián Nazar Morales interpusieran –cada uno por separado– una demanda ante el TEPJF para “denunciar” que el presidente de la Mesa Directiva de la Cámara de Diputados, Francisco Ramírez Acuña, no los ha convocado a tomar posesión como legisladores federales a pesar de las ausencias de sus compañeras de fórmula, Olga Luz Espinosa Morales y Ana María Rojas Ruiz, pues de acuerdo al Artículo 47 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso por más de tres ausencias a las sesiones se llamara a sus suplentes.

Quedan pendientes de discusión las solicitudes de tres diputadas del PVEM: Laura Elena Ledesma Romo, Mariana Ivette Ezeta Salcedo y Carolina García; y por el PRI Yulma Rocha Aguilar; por el PT, Anel Patricia Nava Pérez.

# El observatorio de los medios de comunicación. Acerca de las referencias hacia las mujeres

## Un estudio de CIMAC en asociación con Grupo MUND

Es demasiado sencillo insistir que hoy en día los medios de comunicación juegan un papel fundamental en la vida, tanto en la imagen que tenemos los seres humanos del mundo, como en la formación de estereotipos, lo cual tiene repercusiones en la realidad social.

Lo cierto es que los medios juegan varios papeles, a veces en contradicción: "Los medios de comunicación no sólo se conciben como agentes generadores de estereotipos, sino también como promotores de la diversidad, del multiculturalismo y, sobre todo, del cambio relativo a la equidad de género."<sup>1</sup>

## Acerca del observatorio

Hemos iniciado un estudio que va más allá del simple observatorio de qué tan frecuentemente aparecen las mujeres en los segmentos de las noticias que no son notas sociales y de entretenimiento, sino también de la forma en que aparecen.

Durante 13 días Comunicación e Información de la Mujer, AC (CIMAC) la agencia de noticias pionera sobre temas de género, política, derechos humanos, salud y violencia en México y América Latina, conjuntamente con nosotros monitoreamos diariamente los periódicos y la televisión.

Durante trece días en noviembre de 2007 usamos los filtros provistos por las "noticias atrayentes" mostradas en las siguientes gráficas del seguimiento de los perfiles de la mujer como fuente de noticias y temas. Para la realización de este estudio, nos enfocamos en los siguientes medios:

## Televisión

- Televisa
  - Primero Noticias
  - Noticiero con Lolita Ayala
  - Noticiero con Joaquín López Dóriga

<sup>1</sup> *Women and the Media: New Challenges. Review and Appraisal of the Implementation of the Beijing Declaration and Platform for Action.* INSTRAW Instituto Internacional de Investigación y Capacitación de las Naciones Unidas para la Mujer. 2005.

Noticiero a las 3  
Las Noticias por Adela  
Noticiero de Fin de Semana

- TV Azteca
  - Hechos AM
  - Hechos Meridiano
  - Hechos Noche
  - Hechos Sábado
  - Info7 Tarde
  - Info7 Noche
  - Informativo 40 Primera Edición
  - Informativo 40 Edición de la Tarde
  - Informativo 40 Edición de la Noche
  - Informativo 40 Edición de la Noche – Domingo
- IPN
  - Noticiero Matutino
  - Noticiero de la tarde (15 minutos)
  - Noticiero Nocturno

## **Periódicos**

- Jornada
- Milenio
- Nuevo Excélsior
- Reforma
- Universal

En el caso del observatorio televisivo, se captaron las noticias y frases clave en el momento en que éstas tienen lugar. Se utilizó como apoyo la grabación de las emisiones con la finalidad de elaborar un análisis cuantitativo y cualitativo de la posición de la mujer en los medios y la imagen que se le otorga analizando el lenguaje visual empleado.

Con los periódicos se formó un archivo con los artículos, notas, reportajes, entrevistas, editoriales y crónicas a estudiar, divididos por temas.

Los elementos televisivos y periodísticos monitoreados fueron vaciados en un formato que sirvió de apoyo, para posteriormente capturar los datos en la base electrónica por medio de la cual se trabajan los elementos cuantitativos y se obtienen los porcentajes. Para delimitar nuestro estudio se aplicó un filtro con los siguientes temas a considerar:

- Derechos Humanos
- Salud (temas generales)
- Salud Sexual y Reproductiva

- Sida
- Educación
- Participación Política
- Género
- Violencia Psicológica\*
- Violencia Física\*
- Violencia Patrimonial\*
- Violencia Económica\*
- Violencia Sexual\*
- Violencia Familiar\*
- Violencia Laboral\*
- Violencia Docente\*
- Violencia en la Comunidad\*
- Violencia Institucional\*
- Violencia Femicida\*
- Hostigamiento Sexual\*\*
- Acoso Sexual\*\*

Por otra parte, el estudio abarcó diferentes secciones de los noticieros televisivos y de los periódicos, que son las siguientes:

- Nacional
- Deportes
- Internacional
- Sociales
- DF
- Opinión
- Cultura
- Suplementos

En lo que refiere a las imágenes de la mujer presentadas en el contenido del noticiero o periódico, ya sea como parte del contenido de la información o como la fuente de información directa, tenemos las siguientes categorías:

- Ciudadana
- Funcionaria
- Líder política
- Líder en deportes
- Líder en arte, cultura

\*Las modalidades de violencia son utilizadas en base a las definiciones establecidas en el Título II de la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia.

\*\*La diferencia entre Hostigamiento y Acoso es conforme a la definición establecida en el Título II de la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia.

- Líder en medios masivos
- Líder de organización
- Especialista o académica
- Madre
- Víctima fuera de la casa
- Víctima de cualquier tipo de violencia doméstica
- Delincuente
- Corrupta
- Victimaria
- Protagonista de eventos sociales

Cabe mencionar que el manejo de la imagen presentada sobre un caso en específico puede variar de un medio a otro, o de una empresa a otra.

### **Formatos de análisis en estudios de género**

Hay una serie de formatos ya clásicos en los estudios de análisis de temas políticos. El de organización para análisis no es un método en sí mismo, sino una manera de ordenar la información en categorías desde la formulación de la estrategia, el cuestionario, la muestra y la preparación de bases de datos. La información puede ser encontrada mediante varios métodos.

Por ejemplo, en los estudios de competitividad en mercados hay un formato que se llama SWOP por sus siglas en inglés (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Problems, lo que traducido al español es: Puntos de debilidad, puntos fuertes, oportunidades y problemas). En los estudios de revisión de política pública, el formato usado es KAP (por sus siglas en inglés: Knowledge, Attitudes, Practices), cuya traducción al español es: Entendimiento, actitudes y prácticas.

La ventaja de estos formatos es que representan una manera sencilla de convertir un estudio discreto en parte de algo más grande, incluso universal, y maximizar la posibilidad de comparar información entre estudios distintos.

En el transcurso de las varias etapas en que realizamos el observatorio y la clasificación de materiales de medios con referencia a género, logramos un formato para dar consistencia a nuestro trabajo en el futuro y ser planteado como punto de partida en estudios comparativos. Es particularmente útil en la revisión cualitativa de medios electrónicos y de encuestas con preguntas abiertas.

Lo nombramos ECNO cuyo significado es referencia estereotípica, referencia indirecta o de Código para no usar el estereotipo, expresión de anulación o Nulidad en borrar el nombre del grupo, expresión de Odio, o de enojo en discutir o reportar.

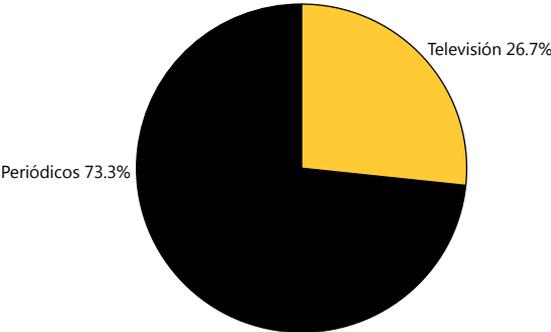
Encontramos que, durante la evaluación en este estudio, no for-

malizamos criterios cuando utilizamos las variaciones de este esquema. Pensamos combinar en el futuro la metodología de categorización que usamos en este documento, con la preparación de cada investigador en el formato de ECNO. De esta manera, podemos obtener más elementos cualitativos junto con la revisión cuantitativa.

### Presencia de las mujeres en los medios

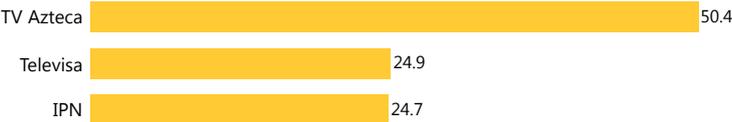
A primera vista, las mujeres están claramente presentes en los medios de comunicación en México, tanto impresos como electrónicos. Con base en los resultados, tenemos que del cien por ciento de las menciones sobre las mujeres, 73.3 se da en la televisión ya que, como bien sabemos, es un medio predominante.

### Presencia de las notas sobre mujeres en los medios monitoreados



Los resultados específicos fueron los siguientes:

### Porcentaje de las notas sobre mujeres por cadena de televisión

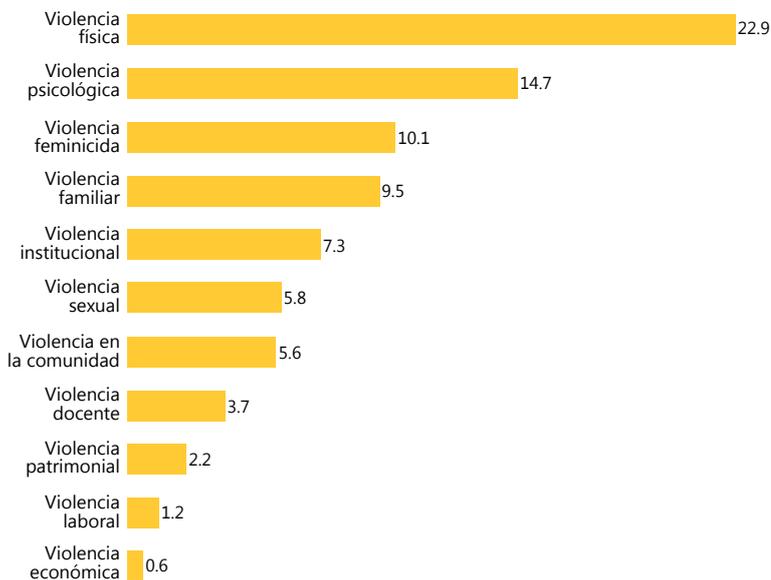


### Porcentaje de las notas sobre mujeres por periódico

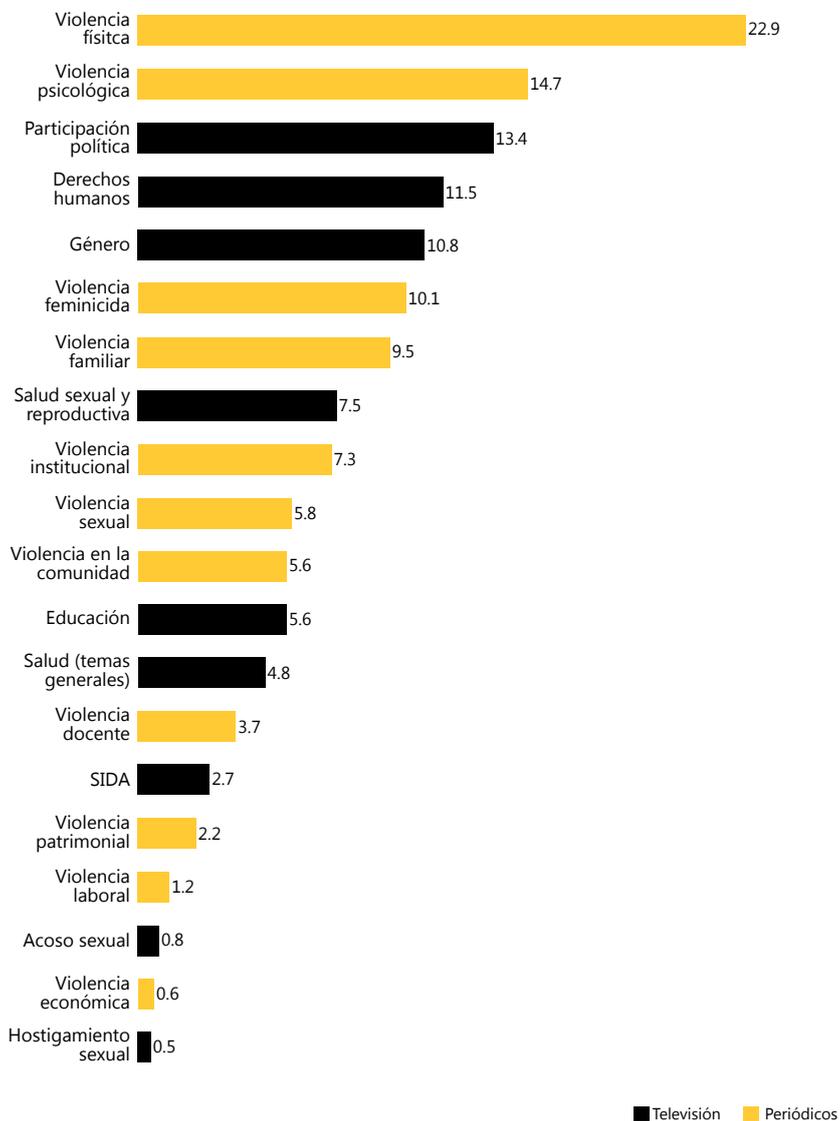


En cuanto a los temas tratados, tenemos que de cien por ciento de las menciones sobre la mujer, 83.6 por ciento se refieren a algún tipo de violencia. En primer lugar se encuentra la violencia física, con 22.9 por ciento.

### Temas de filtro - Tipos de violencia - Televisión y periódico

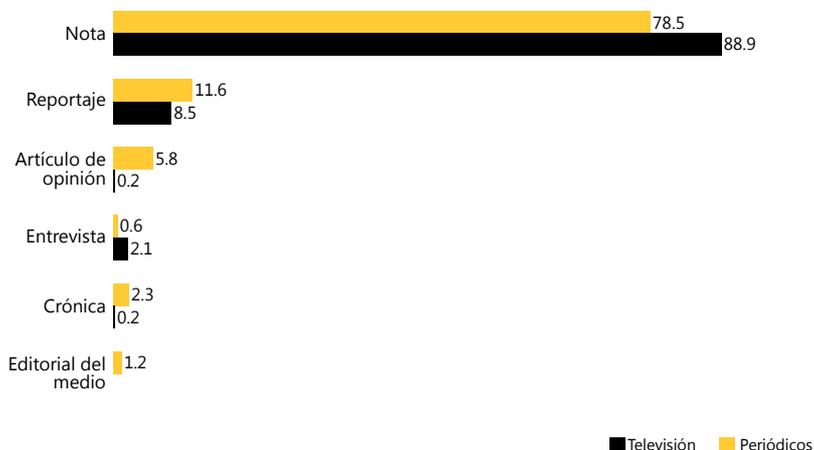


## Temas de filtro - Televisión y periódico



Debe considerarse que el total de los porcentajes de la gráfica anterior es superior al 100%, ya que una mención puede cumplir con dos o más filtros.

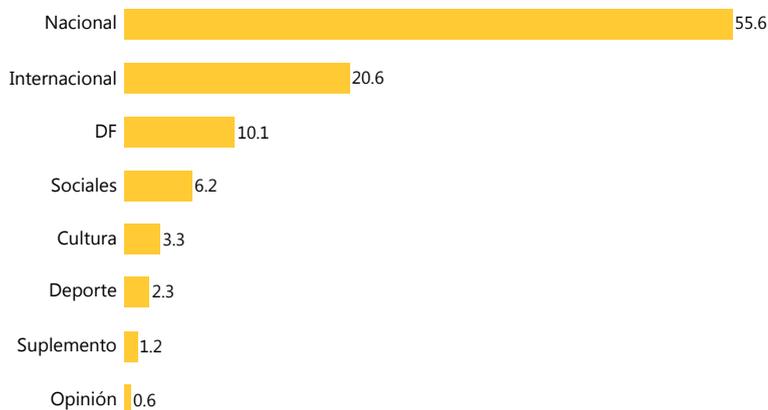
## Tipo de noticia en donde aparecen referencias hacia las mujeres



En cuanto al espacio que se proporciona a cubrir noticias acerca de la mujer tenemos que en su mayoría son notas, con 86.1 por ciento, seguido por reportajes con 9.3. Como podemos ver, son pocas las entrevistas que se manejan con mujeres, tanto en televisión como en periódicos.

Cada noticiero o cada periódico tienen sus propios criterios para definir las secciones de noticias. Por ejemplo, en un canal de televisión pueden tomar una noticia y presentarla en la sección nacional y en un periódico puede aparecer en la sección cultural.

## Sección en la que se encuentra la noticia - Televisión y periódico



El espacio dedicado (ya sea en papel o en transmisión) a cada nota depende también del enfoque. Sin embargo, en un gran número de casos, las noticias titulares tienen que ver con escándalos, nota roja o temas que despiertan el morbo.

Como lo pudimos ver en la gráfica general de "Filtro", los temas que predominan en las menciones hacia las mujeres en los medios, son aquellos que tienen que ver, en su mayoría, con la violencia en sus diferentes modalidades.

A lo largo de la historia, continúa la visión tradicionalista de que la mujer ha sido como un adorno o parte de la sociedad, pero paulatinamente es ampliada por el reflejo de la mujer en otros aspectos de la vida.

El movimiento gestado propiamente en torno a la mujer y los medios de comunicación tuvo como antecedente la Plataforma de Acción, establecida a partir de la Cuarta Conferencia Mundial de la Mujer, celebrada en Beijing en 1995. Ahí se mencionaron problemas tales como la imagen estereotipada que difunden los medios, así como el aumento significativo de las imágenes que perpetúan la violencia contra las mujeres.

Para nuestro observatorio tomamos la imagen de la mujer en dos aspectos:

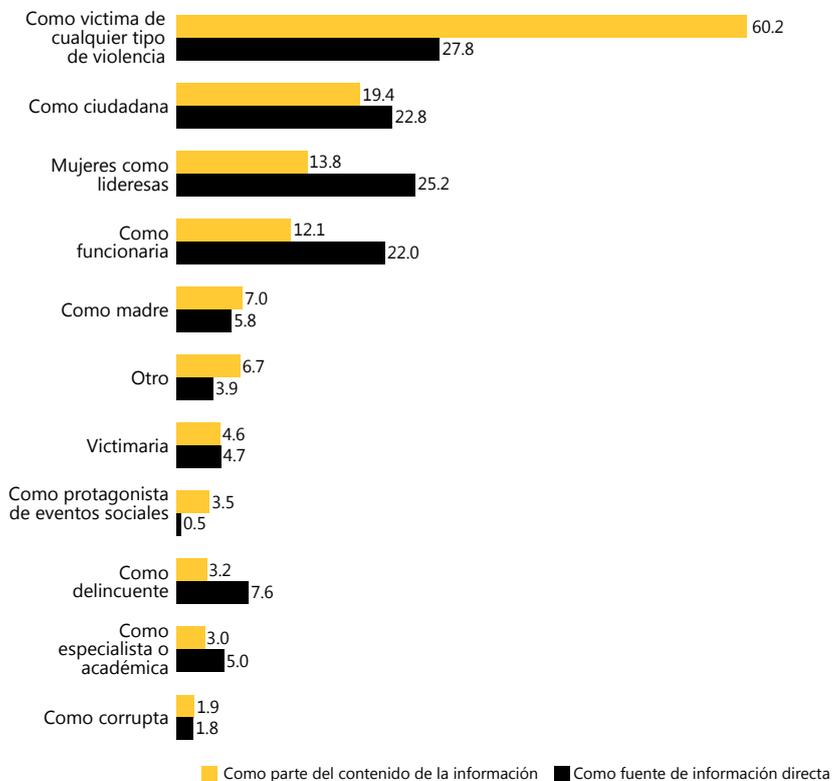
- Como fuente de información directa (generadora de la misma).
- Como parte del contenido de la información.

La constante en los noticieros monitoreados es que son muy repetitivos en cuanto a sus notas, incluso una noticia es mencionada durante tres días consecutivos, dándole mayor impacto a la llamada "nota roja", en donde generalmente la mujer es colocada en el papel de víctima o victimaria según sea el caso. Esto da lugar a que sea breve el espacio proporcionado a aquellas noticias en donde la mujer es fuente generadora de información en temas como salud, cultura, derechos humanos o educación.

Así mismo, durante el observatorio notamos las variaciones en el tratamiento de la imagen de la mujer en los diferentes noticieros de la televisión. El manejo y contextualización que se realiza de las imágenes para ilustrar la nota (ya sea en periódico o en televisión), así como el audio (en televisión) son de gran impacto, dependiendo de lo que se quiera transmitir al televidente.

Las siguientes categorías emergen después de una minuciosa revisión en los segmentos de noticias (televisión y periódicos) en cuanto a la imagen de la mujer como parte del contenido y/o fuente de información directa.

## Comparativo de la imagen de la mujer en televisión y periódicos - Múltiple agrupada



Así detectamos que la imagen de la mujer en la figura de víctima de cualquier tipo de violencia es la predominante y como fuente de información directa o parte del contenido. Sin embargo, la diferencia en estas divisiones es bastante considerable. Sí, se transmiten notas de violencia hacia las mujeres, pero se toma poco en cuenta la visión que la mujer tiene con respecto a esta violencia y la opinión que pueda expresar al respecto. Englobado en este tema de violencia, tenemos los siguientes resultados.

Imagen de la mujer como	Fuente de información directa	Parte del contenido de la información
Victima de cualquier tipo de violencia doméstica	5.8	25.5
Victima afuera de la casa	22.0	34.7
<b>TOTAL</b>	<b>27.8</b>	<b>60.2</b>

Otro punto importante es la imagen que tienen las mujeres como lideresas en varios sectores. Aquí sucede lo contrario, son ellas, en mayor parte, la fuente de información directa (25.2 por ciento), en comparación con las mujeres lideresas que son parte del contenido de la información (13.8 por ciento).

Esta diferencia es en proporción de 1:2. Por cada nota en donde la mujer es parte del contenido, hay dos notas en donde la mujer es fuente de información directa.

A continuación, se presenta un cuadro en el cual se desglosan estos dos resultados globales.

<b>Imagen de la mujer como</b>	<b>Fuente de información directa</b>	<b>Parte del contenido de la información</b>
Lideresa de organización	9.2	1.1
Lideresa política	5.5	5.1
Lideresa en arte, cultura	4.2	3
Lideresa en deportes	2.6	2.2
Lideresa en medios masivos	3.7	2.4
<b>TOTAL</b>	<b>25.2</b>	<b>13.8</b>

Vemos que las mujeres lideresas de organizaciones son en su mayoría fuentes de información directa, con 9.2 por ciento, seguidas de las lideresas políticas con 5.5 por ciento, mientras que las lideresas en arte o cultura se muestran en 4.2 por ciento, seguidas de deportistas con 2.6 por ciento y lideresas en medios masivos con 3.7 por ciento.

Estas apariciones son por medio de entrevistas o declaraciones, debido a su condición laboral o profesional. Así mismo, ellas aparecen en el contenido de la información, ya sea en notas o reportajes, pero en una proporción menor.

La mujer en su papel de funcionaria tiene mayor peso como una fuente de información directa, con 22 por ciento, que formando parte del contenido de una nota (12.1 por ciento). Éste es un caso similar al de las mujeres lideresas de organizaciones con respecto al tipo de apariciones que tienen en los medios; y este caso también es visible (en menor número) con la mujer vista en el campo de especialista o académica con cinco por ciento de apariciones como una fuente de información directa en comparación con tres por ciento protagonizando el contenido de la información.

Este último caso, señala una diferencia abismal de las noticias verificadas. Tenemos que 60.2 por ciento de las notas ven a la mujer como parte

del contenido de la información con un rol de víctima de cualquier tipo de violencia, comparado con sólo cinco por ciento de las mujeres vistas como fuente generadora de información en su rol de especialistas o académicas.

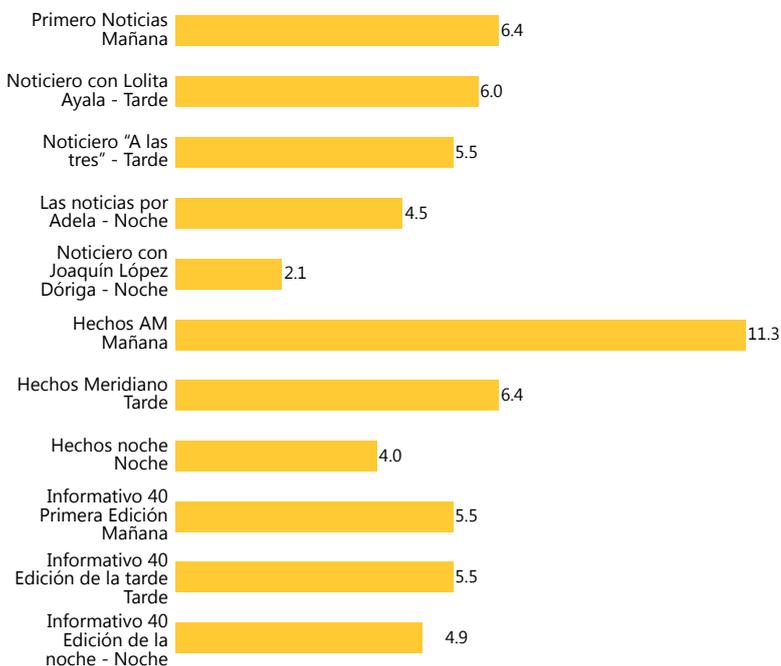
En el caso específico de la televisión, encontramos que es el medio que tiene una mayor atención en relación con la imagen y perfil de la mujer. Esto tiene que ver con la demografía de los lectores de prensa escrita, comparada con la audiencia televisiva.

De hecho, los ratings corresponden a la demografía de la mujer relacionada con la dinámica de noticias que encontramos en Televisa y TV Azteca. Es decir, cuando el día avanza, las mujeres pasan de ser una mayoría de televidentes a menos de la mitad por la tarde, y es progresivamente menor la mención o atención hacia las mujeres en los noticieros.

El “valor de impacto” en la siguiente gráfica está basado en un cálculo desarrollado multiplicando el número de referencias de mujeres relacionadas con los temas, por un factor de audiencia generada o compartida.

### Aparición de las noticias monitoreadas - Noticieros por horario

El número de menciones y los valores de impacto\* sobre la mujer en las noticias bajó conforme pasaba el día y el porcentaje de audiencia de la mujer se reducía



\*El "valor de impacto" es medido multiplicando el número de referencias relacionadas a mujeres por un factor del tamaño de la audiencia.

Otro punto importante, es la publicidad que se maneja en cada horario, ya que en su mayor parte está enfocada al público femenino, y se basa en mostrar el estereotipo de la madre mexicana, a la mujer moderna y sofisticada, hasta llegar a la canalización de la mujer vista como una consumidora consumada.

*Hacia la construcción de un periodismo no sexista*  
se terminó de imprimir en diciembre de 2011 en la Ciudad de México  
en Unión Litográfica Estrella. La edición consta de 1000 ejemplares.

ARTISTAS Y CRIANZAS  
EN UN MUNDO  
DE CAMBIOS  
Y DESAFÍOS

