Los Medios

Mujer y Noticias: La Invisibilidad Persistente

Mercedes Charles

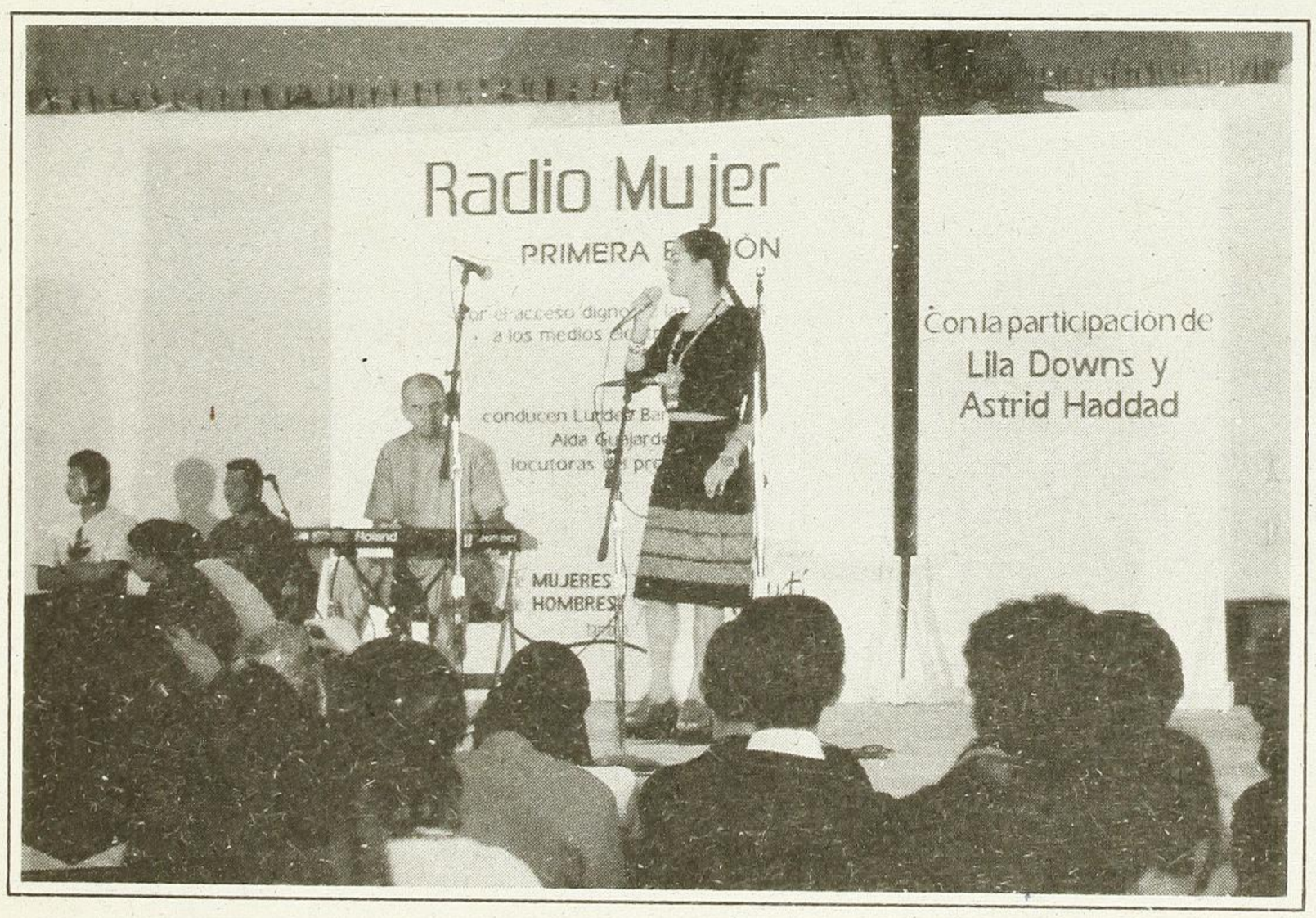
Las noticias son nuestra fuente primaria de información sobre el entorno, tanto el inmediato como el regional y el mundial. Las vemos en televisión, las leemos en el periódico, las escuchamos en la radio, discutimos sobre ellas... Pero, entender las noticias no es algo automático que acompañe su lectura o escucha, ya que implica, antes que nada, comprender cómo funciona su construcción. Porque ellas no reflejan la realidad misma, sino simplemente una versión de la compleja realidad donde vivimos.

En los medios de comunicación existen muchos filtros antes de que nosotros tengamos acceso a cualquier noticia. Supone, primero, la elección sobre qué aspectos de la realidad se va a hablar o escribir y cuáles otros van a ser omitidos; en segundo término, está la designación de la jerarquía que van a ocupar dentro de un noticiero o un diario y, en tercer lugar, tenemos la perspectiva e ideología desde las cuales se va a plantear el hecho reportado.

Por lo general, los noticieros y los periódicos centran su atención en lo inusual. Esto puede parecer obvio, pero muchas veces lo olvidamos. Entonces, buena parte de su contenido se centra en crímenes, asaltos, accidentes, revueltas, denuncias, tragedias, sismos, corrupciones, conflictos armados, etc. Y rara vez tenemos acceso a historias positivas. Pareciera que predominan como objeto de noticia los hechos negativos que pasan en la sociedad.

Y ¿eso qué? podríamos preguntarnos. Como las noticias son nuestra fuente más importante de entendimiento del entorno y su cobertura gira en torno a temas que son desproporcionados en cuanto a su ocurrencia en la realidad, puede causar una fuerte distorsión en nuestra visión acerca de lo que sucede, tanto en nuestro entorno inmediato como lejano. Pensemos por ejemplo, en Africa. Nuestra visión de ese continente está permeada de malas noticias: el SIDA, los

Rotmi Enciso



Rotmi Enciso

huérfanos, la sequía, el hambre, las guerras... Resulta difícil pensar en algún aspecto positivo con relación a Africa y nuestra percepción se va distorsionando. En esto, los medios de comunicación tienen gran responsabilidad.

Por otra parte, las noticias por lo general reportan los hechos simples de una historia o acontecimiento, basándose en seis preguntas fundamentales: quién, qué, cuándo, dónde, por qué y para qué. La respuesta a estos interrogantes deja poco tiempo o espacio para agregar contextos o para explicar los hechos más complejos. Entonces vamos formando nuestro criterio tomando como materia prima simplificaciones de la realidad que se suman a las distorsiones que sobre ella tenemos.

Además, no podemos ignorar que las noticias son narraciones construidas desde el punto de vista de los emisores. Son ellos quienes deciden qué sujetos sociales son los protagonistas del acontecer y cuáles simplemente no existen desde el punto de vista noticioso o bien se les construye desde una visión estereotipada.

En este sentido, pensemos en las mujeres, en los sectores populares, en los campesinos e indígenas, en las personas con discapacidad... Pareciera que estos grupos de la población no existen en nuestro país o que su labor no es importante en la definición del acontecer diario.

A lo anterior se suman los estereotipos sobre raza, sector social o grupo de edad; las noticias enfatizan comportamientos negativos en determinados grupos, por ejemplo, tratemos de pensar cuándo aparecen las y los jóvenes como sujeto en las noticias: por lo general, se les relaciona con violencia, rebeldía, criminalidad y drogas. Además de no aparecer con relación al porcentaje de la población que representan.

Un ejemplo de lo anterior, tomado de un estudio realizado en Estados Unidos[1] muestra que en los periódicos y en la televisión del total de noticias que versan en torno a la juventud de ese país, la población negra aparece sólo en el 10% y el 11% respectivamente; sin embargo, ese grupo constituye aproximadamente el 35%. El porcentaje de aparición de jóvenes latinos y asiáticos es todavía menor, y la juventud nativa de Estados Unidos es prácticamente invisible en las noticias.

Por todo lo anterior, es de suma importancia realizar monitoreos de medios de comunicación.

Con relación a la representación de las mujeres en las noticias, una de las experiencias más importantes la encontramos en el Proyecto Monitoreo Global de Medios 2000[2] (GMMP, por sus siglas en inglés) organizado por la *World Association of Christian Communicators* (WACC).

En este trabajo se analizó la representación de las mujeres en las noticias de televisión, radio y periódicos de un día (1° de febrero del 2000) en 70 países alrededor del mundo. Los resultados, como bien podemos suponer, no fueron nada alentadores:

- Las mujeres constituyen el 41% del total de periodistas en el mundo, pero el porcentaje de mujeres protagonistas en las noticias sólo fue del 18%, un incremento del 1% con relación a un estudio similar realizado en 1995.
- La aparición de mujeres como sujetos de noticia fue: en televisión, 22%; en los periódicos, 17% y en la radio, solamente el 13%.
- Los temas noticiosos donde las mujeres aparecen con mayor frecuencia son: arte y entretenimiento (35%), salud y educación (29% en ambas categorías). Los que tienen menor número de apariciones son: guerras, crisis internacionales, política, deportes y negocios.
- 19% de las mujeres que aparecen en las noticias tienen papel de víctimas, contra el 7% de los hombres.
- Las noticias identifican más a las mujeres

por su estatus familiar. Este es el caso de política y gobierno (17% de mujeres y 1% de los hombres), deportes (18% de mujeres y 3% de hombres), sociales (34% de mujeres y 11% de hombres), asuntos criminales (40% mujeres y 11% hombres), y accidentes y desastres (25% mujeres y 7% hombres).

- En el caso de México 15% de las noticias tuvieron como sujeto a mujeres, pero cerca del 50% de ellas aparecieron en noticias sobre crímenes.

Lo anterior nos muestra que aún nos queda un largo camino por recorrer en cuanto a la visibilidad femenina en las noticias. Pero es particularmente relevante no sólo orientarnos en incrementar nuestra presencia desde un punto de vista cuantitativo, sino también enfatizar los aspectos cualitativos desde los cuales se construye la imagen femenina en las noticias.

Para incrementar la visibilidad de las mujeres, no sólo se han realizado monitoreos para hacer un diagnóstico también hay gran número de esfuerzos feministas que se han materializado en organizaciones de periodistas y comunicadoras que operan a manera de agencias de noticias desde una perspectiva de género. Su intención es brindar a los diversos medios de comunicación y a la población interesada insumos informativos donde las mujeres son sujeto de noticias, además de dar seguimiento a las políticas públicas que de alguna manera afectan a este sector y operar como una fuente de denuncia en contra de las violaciones de sus derechos.

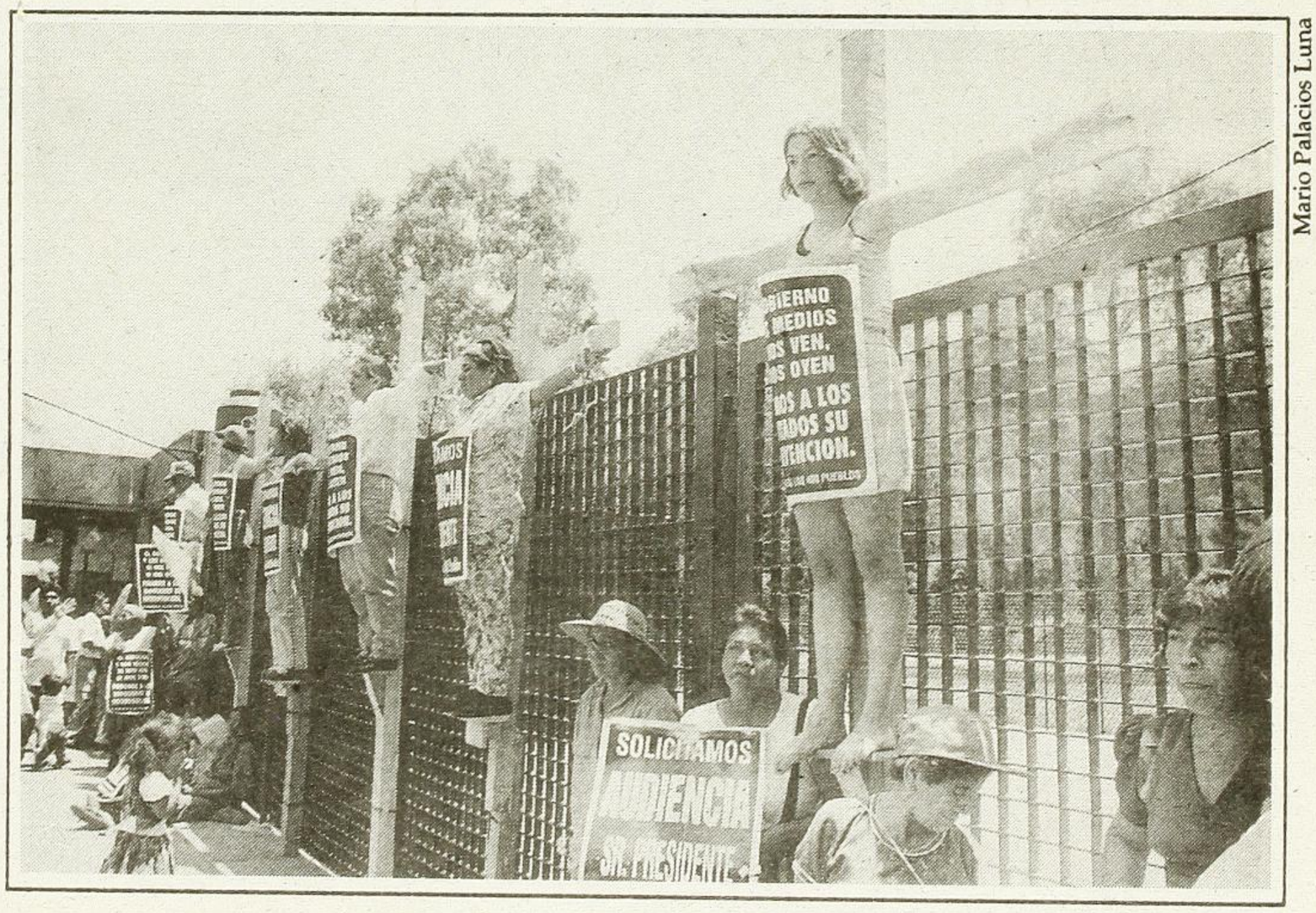
Por otro lado, estas organizaciones fungen como punto de encuentro de mujeres periodistas y comunicadoras, así como coordinadoras de redes nacionales, regionales e internacionales que permiten hacer más efectiva su labor, coordinar acciones conjuntas que rebasan fronteras y tener mayor impacto.

Como ejemplo de estas importantes organizaciones están: CIMAC (cimac.org.mx) que es un esfuerzo mexicano y PrensaMujer (prensamujer.com) con sede en España. También, podemos encontrar portales con una sección de género muy fuerte, como es el caso de afrol.com, un portal africano que contiene una amplia sección de noticias sobre mujeres en ese continente.

Quisiera terminar este artículo con una cita del libro *ABC del periodismo no sexista* de Norma Valle, Berta Hiriart y Ana María Amado, donde se plantea que "... es comprensible que una de las más firmes tendencias del pensamiento feminista, desde sus comienzos, haya sido elaborar una crítica de la representación realizada por los medios masivos respecto a la diferencia sexual. Era y es imprescindible examinar y desmontar ese conjunto de representaciones para comprender cómo los medios construyen y hacen circular las ideas acerca de lo femenino y de lo masculino. Era y es necesario revisar las formas con que se producen los discursos en una cultura para poner en descubierto la ideología patriarcal en que esas formas se inscriben, los mecanismos institucionales que legitiman su fabricación y las estrategias por las que pueden circular las lógicas devaluadas de la femineidad... las mujeres están presentes en los eventos cotidianos que son objeto de la cobertura periodística y mediática, pero están excluidas de la cobertura y redacción periodística que dan cuenta de esos eventos."

1 The News Media's Picture of Children. A Five-Year Update and A Focus on Diversity. Children Now, July 1999.

2 The Global Media Monitoring Project 2001. www.wacc.org.uk



Mario Palacios Luna