

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY

ESCUELA DE GRADUADOS EN
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y POLÍTICA PÚBLICA
CAMPUS CIUDAD DE MÉXICO

El papel de las mujeres en los medios de información



Claudia Sánchez Velasco

Claudia Sánchez Velasco

Centro de Estudios Estratégicos
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey
Campus Ciudad de México

Proyecto de Investigación Aplicada
Maestría en Análisis Político y Medios de Información
Asesor: Jesús Cantú Escalante
Mayo de 2005

Resumen ejecutivo

El presente trabajo analiza el papel de las mujeres en los medios de información y su contribución a la equidad de género, y con ello, al desarrollo político de México. Habitualmente las investigaciones de mujeres y medios se concentran en la imagen de las mujeres, pero pocas veces se ocupan del contexto de las mujeres periodistas y su poder de influir a la sociedad, gracias a la exposición constante que ofrecen los medios de información.

Este breve ensayo hace una revisión bibliográfica acerca del concepto de la equidad de género, como una faceta indispensable del desarrollo político en una sociedad moderna; también se ocupa de analizar la contribución de los medios de información a la equidad de género y el efecto de las mujeres en los medios de información.

Las fuentes primarias y secundarias disponibles (entrevistas profundas de la autora y encuestas de un estudio de Cimac) si bien no permiten conclusiones definitivas y estadísticamente representativas, plantean un escenario que permite entender mejor el contexto, la actuación y el impacto de las mujeres en los medios de información sobre la equidad de género.

El argumento central de este documento es que la participación de las mujeres en los medios de información contribuye a la equidad de género y por lo tanto al desarrollo político, a través de tres vías fundamentales: el reflejo de los cambios en la sociedad, el reforzamiento de los mismos y el posicionamiento de temas con enfoque de género. Dichos efectos se extienden o amplifican en la medida en que las mujeres ejercen roles de mayor exposición y decisión en los medios de información.

Sin embargo, en función de las estructuras de poder previamente establecidas en los medios así como de una serie de dilemas entre el ámbito profesional y el familiar que enfrentan las mujeres, a la fecha continúan estando sólo marginalmente representadas en estos roles, disminuyendo entonces el efecto potencial que las mujeres en los medios pueden tener. Así, esta investigación contribuye también a una agenda para las mujeres y los medios hacia el futuro.

Índice

Resumen ejecutivo	3
Introducción	5
Marco teórico <ul style="list-style-type: none">➤ ¿Qué podemos entender por equidad de género?➤ ¿Qué podemos entender por Desarrollo Político?➤ La equidad de género como expresión o faceta indispensable de desarrollo político en una sociedad moderna➤ Contribución de los medios de información a la equidad de género➤ El efecto de las mujeres en los medios de información sobre la equidad de género	7
Marco metodológico	21
Desarrollo de la investigación <ul style="list-style-type: none">➤ Breve revisión del periodismo➤ Mujeres mexicanas en contexto➤ Acercamiento a la imagen de la mujer en los Medios de Comunicación➤ El papel de las mujeres en los medios de comunicación➤ Tipologías➤ Análisis de las entrevistas➤ Análisis del estudio Cimac	27
Conclusiones	53
Bibliografía	55
Anexos	60

Introducción

Esta investigación analiza el papel de las mujeres en los medios de información y su contribución a la equidad de género, y con ello, al desarrollo político de México. Habitualmente las investigaciones de mujeres y medios se concentran en la imagen de las mujeres, pero pocas veces se ocupan del contexto de las mujeres periodistas y su poder de influir a la sociedad, gracias a la exposición constante que ofrecen los medios de información.

El objetivo central es conocer cuál o cuáles son las aportaciones de las mujeres (periodistas) a la equidad de género y con ello, las aportaciones al desarrollo político. Los objetivos particulares son identificar y caracterizar las aportaciones, así como sus problemáticas en cuanto al desarrollo de la equidad de género en los medios de información. Finalmente, se pretende valorar esas aportaciones y emitir algunas recomendaciones.

La pregunta central de esta investigación intenta resolver cuál o cuáles son las aportaciones de la mujeres periodistas al desarrollo político, entendido como equidad de género. El argumento central descansa en 3 variables: (1) las mujeres como reflejo de los cambios sociales; (2) las mujeres en lo medios de información como reforzadoras de esos cambios sociales y, (3) las mujeres como sujetos proactivos de cambio social, posicionadoras de la equidad de género.

La primera parte del texto se ocupa de hacer una revisión de corte bibliográfico con la intención de comprender el concepto de equidad de género como una faceta indispensable del desarrollo político en una sociedad moderna; también se ocupa de analizar la contribución de los medios de información a la equidad de género y el efecto de las mujeres en los medios de información.

Las fuentes primarias y secundarias disponibles (entrevistas profundas de la autora y encuestas de un estudio de Cimac) si bien no permiten conclusiones definitivas y estadísticamente representativas, plantean un escenario que permite entender mejor el contexto, la actuación y el impacto de las mujeres en los medios de información sobre la equidad de género.

La segunda parte se concentra en revisar el concepto de periodismo y su relación con el desarrollo; también en entender a las mujeres mexicanas en contexto, además del tema central que ocupa a esta investigación: el papel de las mujeres en los medios de comunicación. Se proponen tipologías de las posibles formas de hacer periodismo o manejo de información por parte de las mujeres periodistas. Cabe resaltar el análisis de los estudios cualitativos (entrevistas a profundidad y encuesta).

Marco teórico

¿Qué podemos entender por equidad de género?

Es un hecho que el **concepto de género**, aún en los espacios de los especialistas, no ha terminado de ser definido con claridad:

"Este concepto de equidad de género aún no es una teoría acabada que sea objeto de consenso, sino un objeto dinámico y un proceso de desarrollo[...]/Según este concepto, las diferencias entre hombres y mujeres responden a una estructura cultural, social y psicológica y no a condiciones biológicas".¹

Para entender mejor lo que implica **el término de género**, es preciso remitirnos a la década de los años sesenta, contexto en el que se aceptó al sexo como referencia biológica sobre la que se construye la desigualdad social entre hombres y mujeres.² Al principio se entendía por género: "...todo aquello que es construido por las sociedades en sus culturas para estructurar las relaciones entre hombres y mujeres...".³ Lo irónico de esta situación es que no tuvo que pasar mucho tiempo para que casi de inmediato el concepto se transformara en sinónimo de mujer, de lo referente a las mujeres, de lo necesario para las mujeres, etcétera, cuando de hecho se pretendía buscar un equilibrio.

La disciplina que utilizó primero la categoría de género para establecer una diferencia con el sexo fue la psicología, en su vertiente médica: Robert Stoller, en su libro *Sexo y género*, 1968, estudió los trastorno de la identidad sexual, llegando a la conclusión de que lo determina la identidad y el comportamiento masculino o femenino no es el sexo biológico, sino el hecho de haber vivido desde el nacimiento las experiencia, ritos y costumbres atribuidos a hombres y mujeres. Esta investigación

¹ <http://www.puertovida.com/tdg1.html>

² <http://www.unam.mx/ceifich/genero/conapo/izq.html>

³ *Ibidem.*

sostiene que, la asignación y adquisición de una identidad es más importante que la carga genética, hormonal y biológica.⁴

Pero al mismo tiempo, esta expresión se utilizó también para evadir la palabra feminismo que en cierta medida evocaba posturas demasiado radicales. Fue de esta manera que el vocablo "género" se fue utilizando poco a poco para referirse a las mujeres y a algunas acciones tendientes a mejorar su contexto. No está de más mencionar que dentro del movimiento feminista surgieron dos tendencias: la del feminismo de la igualdad y la de la diferencia: "Mientras las primeras pretendían la igualdad de derecho, arrastraban al mismo tiempo cierta idea de igualdad en términos de negación de las diferencias; y desde otro lugar las segundas acentuaban lo diferencial del género, afianzando a las mujeres en su especificidad y en su capacidad de maternidad. De allí devino el neofeminismo, exacerbando los rasgos típicamente femeninos".⁵ Además de las propuestas de utilizar el modelo femenino de poder, de organización y de dinámica laboral, el neofeminismo se expresaría en "la fetichización de las curvas, de las ropas femeninas y de la voluptuosidad. Este hacer público ciertas características de la sexualidad femenina -expresa Burín- imita, en cierta manera, al discurso masculino".⁶

Sin embargo y a pesar de estas tendencias radicales, quienes se han dedicado al análisis de la estructura y las dinámicas de las relaciones de género, sostienen que éste concepto en particular no involucra únicamente a las mujeres, sino que intenta hacer una recreación de escenarios en donde interactúan tanto hombre como mujeres. Es por ello que el concepto de género, ha retomado en nuestros días una nueva interpretación que incluye todo lo referente a las relaciones sociales basadas en la diferencia sexual. Es claro entonces que, el género no enfrenta una problemática exclusiva de las mujeres, y que 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. Para este análisis, definiremos al género como: "la categoría correspondiente al orden sociocultural configurado sobre la base de la sexualidad. La sexualidad a su vez es definida y significada históricamente por el orden genérico".⁷

⁴ Lamas, Martha. "La perspectiva de género", en: <http://www.latarea.com/articu/articu8/lamas8.htm>

⁵ <http://www.colegio.com.uy/Papis/Art010.htm>

⁶ *Ibidem.*

⁷ *Ibidem.*

El concepto de género proviene de una teoría general que abarca categorías, hipótesis, interpretaciones y conocimientos relativos al conjunto de los fenómenos históricos en torno al sexo. Es de esta manera que, cada sociedad y persona construyen a lo largo de su existencia un concepto particular de género, ya que es parte de su historia y de sus tradiciones, el cual a su vez se conjuga con las otras visiones que conforman las identidades culturales y los valores preponderantes la sociedad en general.

La Teoría de Género⁸ se ocupa de los planteamientos teóricos metodológicos, filosóficos, éticos y políticos fundamentales para comprender las relaciones de poder que determinan las relaciones entre hombres y mujeres; permite además, visualizar a las sociedades y a las culturas en su conjunto, y por lo tanto a todos los sujetos que intervenimos en sus procesos.

Esta teoría en particular no enfoca a hombres y mujeres como seres dados, eternos e inmutables, sino como sujetos históricos, contruidos socialmente; por ello, da cuenta de las relaciones de producción y de reproducción social como espacios de construcción de género.⁹ También ofrece recursos para reconocer y estudiar la conformación de los poderes asignados a cada género y las relaciones de poder entre ellos.

Se trata entonces de comprender la historia desde un enfoque diferente: acercarse a los procesos históricos con una lectura de las diferencias creadas socialmente entre los hombres y las mujeres. La idea central es cuestionar los análisis tradicionales en donde se pretende ser neutral sobre los modelos sociales, como si en ellos no pudiéramos encontrar diferencias de género, sino ver a la sociedad en su conjunto.

El concepto de la equidad de género (conocida también como perspectiva de género) es una de las aportaciones más importantes dentro de la teoría de género y se ubica dentro de las necesidades, funciones sociales, responsabilidades y aspiraciones que la sociedad asigna por tradición a hombres y mujeres. El objetivo es emprender acciones para construir una sociedad con expectativas y oportunidades para todos en igualdad de condiciones. Incidir realmente en un cambio profundo dentro de la condición genérica, a través de una evaluación permanente y así contribuir en acentuar las prerrogativas

⁸ *Ibidem.*

⁹ ¿Qué es la perspectiva de género? en <http://www.puertovida.com/tdg1.html>

asimétricas para hombres y mujeres. Activar la disposición de ambos sexos para entender y en su caso asumir las acciones que van en esa dirección:

“...La perspectiva de género implica reconocer que una cosa es la diferencia sexual y otra cosa son las atribuciones, ideas, representaciones y prescripciones sociales que se construyen tomando como referencia a esa diferencia sexual...”¹⁰

En este sentido, sobresalen las acciones emprendidas para la construcción de la equidad, la igualdad y la justicia de género, poniendo énfasis en las tareas asignadas; es decir, en las concepciones sobre el deber ser de hombres y mujeres, sobre las obligaciones y las responsabilidades específicas que les son impuestas culturalmente en cada sociedad.

Una de las vertientes de la equidad de género se ha concentrado en **la integración de las mujeres al desarrollo**, ya que se considera que aún en nuestros días, no cuentan con las mismas posibilidades, los mismos recursos ni las mismas oportunidades reales que los hombres; lo anterior se relaciona directamente con la especialización asignada en exclusiva a las mujeres, más allá del proceso reproductivo (embarazo, parto y lactancia), como son las labores domésticas y de servicio.

Muchas mujeres realizan también trabajos remunerados, que con frecuencia constituyen el ingreso monetario único o principal de su familia. Se estima que un 20% de los hogares mexicanos cuenta con una sola proveedora (jefa de familia) por diversas razones.¹¹ Es un hecho que tienen que enfrentar jornadas de labores reproductivas, labores domésticas y trabajo remunerado.

Es por todo lo anterior que el concepto de equidad de género, dentro de parámetros de igualdad de oportunidades comienza a ganar importancia dentro del desarrollo de las políticas públicas; eso sucede actualmente por lo menos en el discurso, ya que la implementación del concepto como tal, tardará algún tiempo en asimilarse, tanto por los hombres como por las mujeres, con todo lo que ello significa.

¹⁰ Lamas, Martha. La perspectiva de género. en: <http://www.latarea.com/articulo/articulo8/lamas8.htm>

¹¹ <http://www.conapo.gob.mx>

La equidad de género conduce a una política que contiene las semillas de su posterior desintegración; cuando se alcance la igualdad de oportunidades, cuando se elimine la ceguera del género, cuando la educación no sexista sea una realidad, cuando las pautas culturales sean más igualitarias, la perspectiva de género desaparecerá. Esto ya ocurre en algunos países que han avanzado mucho, como los escandinavos, donde se comienza a plantear una política *de neutralidad de género*, que trata la discriminación estrictamente cuando es intencional.

Finalmente, es importante comprender que esta perspectiva impacta tanto a mujeres como a los hombres, y beneficia al conjunto de la sociedad, al levantar obstáculos y discriminaciones, al establecer condiciones más equitativas para la participación de la mitad de la sociedad y al relevar a los hombres de muchos supuestos de género que son también un peso y una injusticia.

¿Qué podemos entender por Desarrollo Político?

Para comprender el significado de desarrollo político,¹² podemos hacerlos desde 5 diferentes perspectivas:

I. Modernización política. Los principales exponentes de este enfoque son Almond y Verba,¹³ que a través de sus estudios sobre la cultura política llegan a la conclusión de que el desarrollo político se logra con una cultura política participativa, donde las instituciones deben representar a los intereses ciudadanos. En términos más analíticos, el desarrollo político se expresa en distintas etapas: primero la construcción del Estado, luego la ampliación del compromiso y lealtad hacia ese estado, la tercera fase es la ampliación de la participación y, por último, la expansión y la redistribución de recursos.

II. Institucionalización Política: Según Huntington,¹⁴ la institucionalización política es el proceso por el cual adquieren valor y estabilidad las organizaciones y procedimientos políticos de acuerdo a tres pares de criterios: adaptabilidad-rigidez, complejidad-simplicidad, autonomía-subordinación. Las organizaciones y procedimientos políticos que se desarrollen de acuerdo a los primeros términos de los binomios serán instituciones, por lo cual el desarrollo político se produce cuando el proceso político se encamina en la dirección del primer término de cada par.

III. Construcción de la democracia: Según Pye, una forma de entender el desarrollo político es como un proceso de imitación de las estructuras y procedimientos de las democracias industriales de Occidente.

IV. Cambio (transformación) continua: De acuerdo a Bill y Hardgrave, el desarrollo de todo sistema político depende de la relación entre institucionalización política y participación política; al aumentar la participación la capacidad de las instituciones políticas debe incrementarse para lograr dar estabilidad, este proceso de cambio o adaptación continua es el desarrollo político.

¹² Almond, Gabriel. (1992) "La cultura política" en *Diez textos básicos de ciencia política* Barcelona, Editorial Ariel.

¹³ Almond and Vera. *The Civil Cultur*, citado por Almond, Gabriel, *Op. cit.*

¹⁴ Andrés Serra Roja. (2003) *Diccionario de Ciencia Política*. México, Fondo de Cultura Económica.

V. Modernización más institucionalización política: Para Jaguaribe,¹⁵ el desarrollo político es la suma de las dos interpretaciones anteriores. Este autor plantea tres variables determinantes del desarrollo político: a) Eficacia del sistema político como subsistema del social, b) aporte del sistema político al desarrollo social, es decir, la utilización de medios políticos para el desarrollo de la sociedad y c) desarrollo de la receptividad del sistema político a través del desarrollo del consenso político, de mayor representatividad y legitimidad social.

De acuerdo a las diferentes perspectivas, el concepto de desarrollo político se vincula directamente con la necesidad de un desarrollo de la sociedad; para efectos de esta investigación, entenderemos a la equidad social como un factor del desarrollo político.

¹⁵ Jaguaribe, Helio. (1981) *Desarrollo económico; desarrollo político*. México, Fondo de Cultura Económica.

La equidad de género como expresión o faceta indispensable de desarrollo político en una sociedad moderna

Si algo caracteriza la vida cotidiana del siglo XXI, es la ampliación de los marcos de acción de las mujeres, sacándolas del estrecho espacio de la familia, forzándolas, a veces contra sus deseos, a ingresar al mundo del trabajo o de la actividad política. Me refiero a una consecuencia inevitable de la modernización que cuestiona la tradicional división del trabajo entre géneros. De hecho, si algo implica la verdadera incorporación de las mujeres a la sociedad, es el rompimiento de la identificación mujer/familia, que obliga a impulsar la participación masculina en las tareas domésticas y a desarrollar una amplia infraestructura de servicios sociales.

El desarrollo de la sociedad ha logrado romper los tradicionales roles femeninos hasta transformar a la mujer contemporánea de madre y ama de casa a ciudadana y trabajadora. A pesar de ello, basta realizar un análisis desde la perspectiva de la equidad de género para reconocer cómo las costumbres culturales siguen limitando la participación femenina en la vida pública. Tanto el discurso político como el de los medios de información aceptan y hasta imponen como correcto la imagen de la mujer que trabaja fuera de la casa, sin plantear para nada la necesidad de una infraestructura de servicios sociales y ni de recomponer las labores del trabajo familiar.

Desde el sexenio de Carlos Salinas de Gortari, los Planes de Desarrollo han pretendido romper con los obstáculos para la integración de la mujer a la sociedad (por lo menos en el discurso); la idea es que las políticas públicas se detengan sobre este punto en particular. Esa idea de modernización así, en abstracto, es deseable, pero en lo concreto aún se ha resuelto la contradicción entre la vida cotidiana de las mujeres, los hombres y las exigencias de la modernidad. Ejemplo de ello es la ausencia de un programa sólido de guarderías, que no permite a un número importante de mujeres incorporarse adecuadamente al trabajo asalariado; pero también está el caso de la negación de la atención a los varones porque supuestamente deben tener en casa una esposa para el cuidado de los hijos. La utilidad de la perspectiva de género o equidad de género identifica y propone las vías de solución a una serie de carencias institucionales como el caso de las guarderías.

Por otro lado, la equidad de género también se preocupa de la repartición de las responsabilidades familiares, introduciendo un cambio en el sistema de prioridades ciudadanas: de hecho, es necesaria la construcción procesos comunicativos que sostengan esta perspectiva de género. Se requiere una nueva forma de conceptualizar las responsabilidades familiares entre mujeres y hombres; una nueva distribución de tareas y el apoyo de servicios colectivos, especialmente los de cuidado infantil. De ahí que las primeras acciones se concentren en la educación y la comunicación social; y, es aquí donde los medios de información ocupan un lugar preponderante en el desarrollo de estos canales de comunicación.

Cabe agregar que el desarrollo de la sociedad requiere de atraer, promover y retener a más mujeres en los espacios públicos, sean laborales o políticos, pues ayuda a comprender y desentrañar los códigos culturales y así se pueden mostrar –y combatir– los prejuicios y los estereotipos de manera más eficaz.

Contribución de los medios de información a la equidad de género

Si bien los medios no son, como denuncian algunos análisis tradicionales, instrumentos maquiavélicos: manipuladores de conciencia o voluntades, no por ello puede desconocerse que definen qué temas y personas son importantes; validan ciertas perspectivas, hechos y experiencias; establecen agendas; crean figuras de opinión y, recíprocamente, ignoran o devalúan determinados aspectos de la realidad.

Ni inocentes ni culpables: los medios están condicionados por intereses comerciales, culturales y políticos, y deben obedecer a un conjunto de reglas específicas en la producción de géneros y mensajes. Aunque se podría afirmar que manipulan a sus destinatarios, utilizan otros mecanismos que actúan como fuentes de persuasión: es decir, estimulan patrones de respuesta que posee el propio individuo de los que no tiene conciencia, como la necesidad de ser aprobado socialmente y recibir el aprecio de la gente; la tendencia de reciprocidad y a la coherencia con los compromisos contraídos; la aceptación de los criterios de autoridad, y la valoración de los productos y las oportunidades escasas.

Es importante recordar que en el marco del Decenio de la Mujer de Naciones Unidas y sus Recomendaciones hacia el año 2000, los organismos internacionales y gobiernos de muchos países han propuesto líneas de acción y han apoyado programas concretos destinados a mejorar la imagen y participación de la mujer a través de la comunicación. La relación entre las mujeres, los medios de comunicación y el desarrollo (equidad de género) es de gran complejidad; existen dos enfoques útiles para analizar este punto en particular: el primero es el que descansa en los Derechos Humanos, que aboga por una solución de la presencia de 50% de mujeres en el terreno laboral dentro de los medios de comunicación; el segundo es la que habla del empoderamiento de las mujeres, en los diferentes espacios de la sociedad.

Cabe hacer la acotación de que los medios de información, no son la causa de la condición social de las mujeres y tampoco serán la solución. Sin embargo, los medios de comunicación disponen hasta cierto punto la facultad de estimular o retrasar la equidad

de género.¹⁶ De acuerdo a Annabelle Sreberny-Mohammadi,¹⁷ los medios de comunicación podrían incidir en el desarrollo y la equidad de género por ciertas características:

- ✓ Los medios de comunicación mantienen conceptos culturales y las tareas y conductas que deben observar tanto hombres como mujeres;
- ✓ Contribuyen a definir la importancia de los temas sociales y políticos, a centrar la atención en las cuestiones de importancia para las mujeres y a incluir o no, perspectivas de género: el desarrollo de los Derechos Humanos de las mujeres y la posición de las mujeres dentro de la sociedad;
- ✓ Difunden diferentes representaciones de mujeres que reflejan la amplia gama de actividades que éstas cumplen en la sociedad, incluyendo los modelos positivos, por ejemplo las mujeres especialistas o profesionales que desarrollan carreras en ambientes rurales o urbanos;
- ✓ Aportan información y conocimientos acerca del mundo; es decir, recursos y ayudas que facilitan la participación en el poder. Estas informaciones y perspectivas debieran referirse tanto a hombres como a mujeres y ser sensibles a las cuestiones vinculadas a las diferencias entre los sexos;
- ✓ Son fuentes potenciales de creación de riqueza y de oportunidades de empleo. Los que están en manos de mujeres, sean propietarias o administradoras, pueden difundir contenidos diferentes y favorecer la creación de empleos para mujeres;
- ✓ Pueden elevar el nivel de debate público sobre el papel de la mujer y su contribución al desarrollo y empoderamiento.

Bajo esta perspectiva, los medios de comunicación aparecen como fines en sí: lugares influyentes de representación donde se pueden ofrecer imágenes y una sensibilidad nueva acerca de la igualdad de los sexos, y poner de manifiesto la creatividad y las expresiones de las mujeres. Son también medios para alcanzar otros

¹⁶ Portugal, Ana María y Carmen Torres. (1996) *Por todos los medios. Comunicación y género*. Buenos Aires, Isis Internacional. (Ediciones de las mujeres, 23).

¹⁷ Sreberny-Mohammadi, Annabelle. "Comunicación y desarrollo, un vínculo deseado" en Portugal, Ana María y Carmen Torres. *Op. Cit.*

fines, vehículos destinados a facilitar el debate público sobre problemas y preocupaciones sociales más amplias.

Pero también existe preocupación por el vertiginoso desarrollo de los medios de información, ya que de alguna manera los usos y costumbres de varios países subdesarrollados se ven cuestionados ante la entrada de otras formas de entender el papel de las mujeres en los medios y en la sociedad en general. El más claro ejemplo de este fenómeno son las series televisivas norteamericanas por cable, en donde se exponen modelos de ser mujer radicalmente diferentes al contexto mexicano. En este mismo orden de ideas, cabe señalar que estudios de antropología social¹⁸ resaltan que las películas norteamericanas en video son utilizadas por mujeres de contextos más tradicionales como una forma de ampliar su esfera privada y disponer de imágenes e ideas nuevas.

¹⁸ *Ibidem.*

El efecto de las mujeres en los medios de información sobre la equidad de género

Si bien la mayor participación laboral femenina en los últimos años ha tenido algún impacto, las mismas protagonistas (mujeres en los medios de información) manifiestan su malestar porque no se han obtenido mayores logros. La permanencia de una estructura y un funcionamiento fuertemente centralizados y poco participativos; su todavía escaso acceso a puestos de decisión; y su limitada capacidad de autonomía a la hora de elegir contenidos o temas, son testimonios de una capacidad de influencia muy restringida.

Actualmente los diferentes medios de información en nuestro país han dado cabida a un número importante de mujeres; este es el resultado de un cambio paulatino de la sociedad, ya que muchas mujeres fueron a la universidad, estudiaron comunicaciones o periodismo y han contribuido en buena medida a la profesionalización de los medios. De acuerdo a las estadísticas, el 50% de los periodistas (reporteros) son mujeres; existen casos en donde son mayoría, dependiendo el tipo de medio y la audiencia para la que están trabajando, como es el caso de los programas de televisión de espectáculos.

Es cierto que en la actualidad, le es posible a algunas mujeres ascender en la jerarquía de su profesión. Sin embargo, la existencia de unas pocas *mujeres símbolo*¹⁹ en posiciones jerárquicas no permite extraer como conclusión que la desigualdad de oportunidades esté en vías de extinción. Las estrategias individuales pueden cambiar la situación de una mujer en particular, pero no alteran la condición de género; antes bien, pueden confirmar que *la que quiere, puede*, o que se trata de problemas de índole personal o privada que pueden resolverse con voluntad y capacidad.

Las mujeres símbolo son aquellas que ocupan puestos jerárquicos de importancia, ya sea en los medios de comunicación o en otras áreas laborales. En el caso de los medios de información en México, podemos ubicar a pocas mujeres en puestos directivos o de toma de decisión. Si revisamos la prensa escrita y abrimos las secciones *soft* vemos que la participación en cierto sentido podría ser igualitaria, pero cuando se trata de las notas *hard* simplemente la realidad es diferente; los hombres siguen ocupando los lugares de mayor resonancia en cuanto a la generación de opinión pública se refiere: son los editorialistas, los analistas políticos, quienes hacen los análisis financieros, etc.; la

¹⁹ Todazo, Rosalía. Citada por Portugal, Ana María y Carmen Torres. *Op. Cit.*

mujeres reportean y hacen notas informativas de casi de cualquier tema, pero habitualmente no hacen análisis. Y siguen habiendo espacios preferidos por las mujeres como las notas de espectáculos y chismes de farándula, moda, viajes, etc. Lo mismo sucede con los espacios preferidos por los hombres: deportes, finanzas y política.

A pesar de que las mujeres en los medios de información han logrado mayor presencia, aún no conquistan los primeros peldaños; vaya, existen pocas mujeres líderes de opinión en los medios en comparación con los hombres. Existen pocas titularidades femeninas de noticieros y pocas direcciones de periódicos de circulación nacional a cargo de mujeres; de ahí que las que logran destacar, sean muy vistas y reconocidas independientemente de la calidad de su participación en los medios (de nuevo, en comparación con la calidad de participación de los hombres, quienes llevan muchos años de ventaja).

La equidad de género se hace presente en espacios que las mujeres ya habían conquistado con anterioridad: son las conductoras de programas televisivos y de radio de espectáculos y entretenimiento; son quienes lucen a la moda y muy atractivas cuando les toca ser comunicadoras en los noticieros (lectoras de *pronters*). Los medios ya tienen una mayor presencia femenina, pero sus espacios no se han modificado mucho al paso del tiempo; más bien se han profesionalizado. Y en ocasiones pareciera que los medios se preocupan por cubrir cuotas de presencia femenina, como una forma de ser equitativos, esfuerzo que no puede dejar de interpretarse como buenos principios de desarrollo de equidad de género en los medios de información.

Aunque pareciera que la sola presencia de las mujeres en los diferentes medios de información pudiera no ser suficiente, en términos reales lo es, porque ponen de manifiesto y confirman el nuevo papel de las mujeres dentro de la sociedad; sus espacios en medios realfirman a la mujer moderna del siglo XXI, a la mujer que ha dejado los espacios reproductivos y domésticos del hogar para colaborar en el desarrollo económico y productivo. Su sola presencia en medios refuerza el concepto, a pesar de que aún, como ya se dijo con anterioridad, no son quienes definen agendas, no son las tomadoras de decisiones.

Marco metodológico

Primera Parte

Se aplicó el siguiente cuestionario, con la finalidad de conocer la percepción de algunas mujeres periodistas, con indicadores específicos:

1. Datos generales del entrevistado

- Nombre completo
- Medio(s) en el(los) que labora actualmente
- Tiempo de laborar como periodista o comunicador(a)
- Mencionar los medios de comunicación o programas en los que ha laborado

Indicador: datos generales del entrevistado

2. ¿Cuál es su impresión acerca de la participación de las mujeres en los medios de información? ¿Cómo ha evolucionado y hacia dónde va?

- Hace 20 años
- Actualmente
- En el futuro

Indicador: percepción del desarrollo de las mujeres en los medios de información

3. ¿Qué porcentaje de mujeres participa en el(los) medio(s) de información en que actualmente usted labora? ¿Considera usted que estos porcentajes de participación son adecuados? ¿Por qué?

- Mujeres periodistas o comunicadoras
- Mujeres en mandos medios o de coordinación
- Mujeres en mandos altos o de dirección

Indicador: percepción de la equidad de participación de hombres y mujeres en los medios de comunicación

4. ¿Ha percibido alguna clase de sesgo o discriminación, positiva o negativa, hacia las mujeres periodistas o comunicadoras en los medios de información? ¿De qué tipo? ¿Qué efectos cree que tenga dicho sesgo o discriminación?

Indicador: percepción de discriminación hacia las mujeres en los medios de información

5. ¿Considera que por el hecho de ser mujer una periodista o comunicadora tiene algunas ventajas o desventajas específicas respecto de los hombres para realizar las tareas propias de los medios de información? ¿Cuáles? ¿Por qué?

Indicador: percepción de discriminación positiva

6. ¿Considera usted que existen preferencias por parte de las mujeres al desempeñar algún tipo de género periodístico o papel particular en los medios de información? ¿Cuáles? ¿A qué cree que se deban?

Indicador: percepción de preferencias de géneros por parte de las mujeres periodistas

7. ¿Considera usted que las mujeres periodistas o comunicadoras le dan un tratamiento diferente al manejo de la información en comparación con el que le dan los hombres? ¿En qué sentido? ¿En qué tipo de temas?

Indicador: percepción de diferencias entre hombres y mujeres en el tratamiento de la información

8. ¿Considera que por ser mujeres las periodistas o comunicadoras tienen un mayor, menor o igual aceptación y credibilidad por parte de la audiencia en general? ¿De la audiencia masculina? ¿De la audiencia femenina? ¿A qué se debe?

Indicador: percepción de credibilidad y aceptación de las mujeres periodistas por parte de la audiencia

9. ¿En qué formas principales cree usted que impacta la labor de las mujeres periodistas o comunicadoras sobre la sociedad en general? ¿Este impacto es en

algún modo sustancialmente distinto al que tienen los hombres en los medios de información? ¿Cómo?

Indicador: percepción del impacto del trabajo de las mujeres periodistas en la sociedad

10. ¿Considera usted que la participación de las mujeres periodistas o comunicadoras, en la forma en que ocurre en la actualidad, sirve realmente a promover una mayor equidad de género en los medios de información y en la sociedad en general? ¿Por qué?

Indicador: percepción del impacto o no de las mujeres periodistas en cuanto a la equidad de género

11. ¿Considera usted que existe un mayor impacto de las mujeres periodistas o comunicadoras dentro de los medios y de la sociedad en general, de acuerdo a su posición laboral dentro de los medios de información?

Indicador: percepción del impacto de la mujeres periodistas en cuanto a los puestos de toma de decisión

12. ¿Tiene algún comentario adicional del tema de la participación de las mujeres, primero en los medios de información y después en la sociedad en general?

Segunda Parte

De acuerdo al estudio realizado por Comunicación e Información de la Mujer, A. C. (Cimac), los medios de comunicación se reflejan inequidad entre hombres y mujeres. Así lo demuestran los resultados del monitoreo de prensa *Tejedoras de la palabra*²⁰, realizado por Comunicación e Información de la Mujer, AC, la Red Nacional de Periodistas y el Instituto de la Mujer del Distrito Federal, en el cual se ofrece un análisis sobre cómo son vistas las mujeres en los medios impresos, cuándo son sujetas de noticia y cuándo son objetos de noticia, los temas de interés para ellas, así como quiénes escriben sobre mujeres.

Con base en un análisis de información publicada en *La Jornada*, *Reforma* y *Milenio Diario*, del 24 de abril al 3 de mayo de 2000, el monitoreo destaca que sólo 16% de las notas publicadas en esos diarios es protagonizada por mujeres, porcentaje poco representativo de la población femenina en nuestro país (52%) y del que significa la fuerza laboral femenina a nivel nacional (38%).

El estudio de CIMAC²¹, pretendió contestar las siguientes preguntas:

- √ ¿Cómo son vistas las mujeres por los medios, especialmente la prensa escrita?
- √ ¿En qué casos las mujeres son sujetas de noticia y cuándo son objeto de noticia?
- √ ¿Quiénes escriben de mujeres?
- √ ¿Cuándo son las mujeres las que escriben y sobre qué temas lo hacen?

Los **temas** que fueron revisados fueron:

- √ Política
- √ Salud y Sexualidad
- √ Violencia
- √ Economía y Trabajo
- √ Población
- √ Educación

²⁰ Lovera, Sara, Et. al. *Tejedoras de la Palabra. Hablan los medios*. México, CIMAC, 2000.

²¹ *Ibidem*

- √ Familia y Religión
- √ Derechos Humanos
- √ Sida
- √ La mujer en América Latina
- √ La mujer en el Mundo
- √ Arte
- √ Cultura y Espectáculos
- √ Deportes

Los **objetivos** se determinaron a partir de la siguiente afirmación: “Conocer qué sucede con las mujeres en la prensa escrita y su relación con las noticias”:²²

- √ 1.- Identificar y caracterizar a las mujeres como tema de noticia
 - ¿Cuántas mujeres son tema de noticia?
 - ¿En qué sección aparecen?
 - ¿Qué mujeres son protagonistas de las notas?
 - ¿De qué temas hablan estas mujeres?
 - ¿Cómo hablan estas mujeres?
- √ 2.- Identificar a las mujeres que escriben noticias
 - ¿Cuántas mujeres escriben?
 - ¿De quién escriben estas mujeres?
 - ¿Dónde escriben las mujeres?
 - ¿De qué escriben las mujeres?
 - ¿Dónde aparecen las notas de las mujeres?

Los **periódicos seleccionados** para el monitoreo fueron:

- √ *La Jornada*
- √ *Reforma*
- √ y *Milenio Diario*

²² Ibidem.: 15p.

El periodo de monitoreo seleccionado fue del 24 de abril al 3 de mayo del 2000, ponderando el hecho de que en ese lapso de tiempo no existen celebraciones nacionales ni conmemoraciones que pudieran sesgar la información.

La presentación de resultados es muy amplia, por lo que se ha seleccionado aquella información considerada como de mayor utilidad para el estudio que ahora nos ocupa.²³

²³ Ver Anexo 2

Desarrollo de la investigación

Breve revisión del periodismo

¿Qué es el periodismo?

Podemos entender al periodismo como la aplicación correcta del proceso de comunicación de manera clara y objetiva, para que sea entendible para la persona o personas que reciben el mensaje, el cual inicia con un emisor, que en este caso ese sería el periodista, el mensaje sería la nota y el receptor de estos mensaje son el público que lee los periódicos, ve los noticiarios por televisión o bien los escucha por la radio. Cabe señalar que existen diferentes géneros periodísticos como: la nota, crónica, reportaje, editorial, columna, artículo, el cartón y ensayo por citar los más representativos.²⁴

Otra forma de entender al periodismo es definiéndolo como un oficio o profesión que tiene como fin buscar noticias e información para que la sociedad siempre esté enterada de lo que ocurre a su alrededor. Es importante tener en cuenta que para ejercer el periodismo no basta con estudiar comunicación, pues se necesita práctica y mucho trabajo, ya que si bien es cierto que conseguir una noticia puede ser relativamente sencillo, la dificultad que implica el oficio del periodismo reside en darle un adecuado manejo, en saber cómo comunicarla, cuándo y en dónde.

Existen dos formas de clasificarlos: el informativo y el de investigación. El primero consiste básicamente en informar hechos actuales que tienen importancia para un determinado grupo de personas o para el público en general. Su interés primordial es localizar sucesos presentes sobre un personaje o sobre un acontecimiento. La tarea más importante que ha de cumplir esta clase de periodismo es lograr que lo que se narre sea actual, a la vez que genere cierto impacto en el público, pues de lo contrario el carácter noticioso del periodismo informativo se perdería.

Por su parte, el periodismo de investigación, aunque también busca dar a conocer algo específico, tiene como principal característica que no sólo tiene en cuenta al presente sino que también se remite al pasado, a las causas que generaron un hecho en particular.

²⁴ http://boards2.melodysoft.com/app?ID=pressnet1&msg_354#615

Su punto de partida es la investigación, la búsqueda de datos, de consecuencias, de pistas, de personajes, de testimonios. Esta clase de periodismo no necesita como materia prima una noticia, pues aunque a partir de ésta pueda igualmente desarrollarse, el periodismo de investigación puede, por sí solo, generar una noticia.

El periodismo puede ser de corte cultural, deportivo, político, social, económico y de entretenimiento, entre otros. Hay tantas clases de periodismo como temas en la sociedad; un ejemplo son las secciones en un periódico, donde, además de haber periodismo informativo, hay periodismo de investigación sobre toda clase de temas, cada uno con un tratamiento, un fin y un público especial, pero todos con la intención de reflejar a la sociedad existente en el momento.

Podría decirse entonces que el periodismo es un espejo donde se puede intentar entender lo que le pasa al ser humano en cualquier parte del mundo; es una manera de saber qué ocurre en lugares lejanos que no es posible visitar, en las ciudades que ni siquiera sabemos que existen; es una forma más práctica de conocer el mundo y lo que sucede con él.²⁵ Pero también habría que tener en cuenta que: “[...] el periodismo no siempre es el retrato fiel de las pulsaciones de la sociedad. A veces se adelanta en los afanes democráticos. En otras ocasiones, la prensa queda atrás de la sociedad [...]”.²⁶ Entre otros velos, la prensa mexicana padece la costumbre de pretender que representa a toda la sociedad, sin distinciones.²⁷

Tal como diría Raúl Trejo Delarbe “[...] la sociología de los medios de comunicación es una disciplina relativamente nueva en nuestro país, aún sin un bagaje teórico suficientemente sólido ni apuntalado en experiencias abundantes [...] Esa condición relativamente nueva del estudio de los medios desde una mirada sociológica, implica limitaciones y necesidades peculiares: el contexto y la atención para ese tipo de investigaciones resulta escaso, la metodología es casi inexistente y la atención académica a los resultados de ese trabajo es todavía más precaria [...]”.²⁸

²⁵ http://boards2.melodysoft.com/app?ID_pressnet1&msg_354#:575

²⁶ Trejo Delarbe, Raúl. *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*. México, Cal y Arena: 159p.

²⁷ Ibidem: 181p.

²⁸ Trejo Delarbe. op. cit.: 22-23pp.

¿Tiene alguna función de tipo social?

Si bien persiste una fuerte discusión entorno a este tema, considero que en primera instancia la tarea básica del periodismo es la de *informar*: de mantener al día a la sociedad en general de lo que ocurre en su país, su continente y en el mundo en general, lo más objetivamente posible. Queda claro que la idea de *objetividad* sería lo más adecuado, pero aquí debemos hacer un alto y reflexionar entorno a ese concepto y lo que sucede en la realidad.

Es un hecho que cada medio informativo tiene una línea editorial más o menos definida, ya que su nacimiento, desarrollo y mantenimiento obedeció a un análisis previo de acuerdo al mercado. Lo que quiero decir es que un medio obedece al público a quien va dirigido y no puede darse el lujo de salirse del *target objetivo*, a riesgo de perder el espacio ganado. Un buen ejemplo de lo que quiero dejar en claro, es el **Reforma**, quien se cuida mucho de exhibir notas de corte amarillista que podrían agredir a su público cautivo: para eso hicieron **El Metro**. Si se comparan las notas de ambos periódicos podemos observar un tratamiento muy diferente de la misma nota, empezando tan sólo por la noticia de las 8 columnas y las fotografías. Otro anacronismo sería encontrar en **Proceso** una nota *ligh* de moda o del mundo del espectáculo; hablo de algo fuera de contexto. Es por ello que me parece que la línea editorial existe.

Cerrando esta idea, falta hacer mención de los intereses particulares de los dueños de los medios, ya que actuarán conforme a ellos. Es decir, cuidaran sus relaciones con grupos de poder tanto políticos como económicos; habitualmente no suelen poner en peligro sus intereses en nombre de la objetividad, a menos que exista un interés más fuerte que los motive a hacerlo. Entonces, además del público a quien se dirigen están los intereses de los dueños de los medios; hasta aquí sumamos dos sesgos informativos que por si mismos determinan el manejo de la información.

Todo lo anterior es importante a la hora de pensar en el periodismo como generador de una labor social más allá de informar. Aunque se ha discutido mucho sobre lo que los medios *deben hacer* de acuerdo a la legalidad que regula a las concesiones—por lo menos en México—la realidad es diferente al deber ser; en términos reales se hace una labor social nula o pobre. Y si nos preguntamos por qué no asumen dicha

responsabilidad, podríamos encontrar la respuesta en que ese tipo de periodismo no es precisamente ni muy rentable ni muy apreciado entre quienes consumen información, salvo pequeños grupos que pueden ser la excepción.

¿Podría entenderse al periodismo como factor de desarrollo? ²⁹

Es posible que los medios de información no sean detonantes del desarrollo cuando pensamos en los indicadores de medición del desarrollo humano: calidad de vida medida por el nivel educativo, esperanza de vida e ingreso. Pero es un hecho que si bien a veces no son los protagonistas del desarrollo si son un espejo del mismo, ya que su trabajo es precisamente ser voceros de lo que está sucediendo.

Existe una corriente dentro del periodismo que se ha denominado periodismo social, o periodismo a favor del desarrollo el cual se preocupa en primera instancia por la *libertad de información* y por la *definición de objetivos que contribuyan al desarrollo social*. Esta discusión se encuentra contenida en el acuerdo MC Bride de la UNESCO, generado en 1976, en donde se dieron a conocer los principales problemas que enfrentaban los medios de comunicación en los países subdesarrollados y se enumeraban una serie de los elementos claves para hacer contribuir con el crecimiento y desarrollo de las naciones.

Si bien los medios se preocupan por brindar la información que su público y consumidores esperan, es un hecho que reflejan el desarrollo que la sociedad ha experimentando paulatinamente y entonces actúan como reforzadores del desarrollo que es una contribución, de hecho, muy importante. Pero también podríamos pensar a los medios como factor de desarrollo como generadores de *información* de mayor calidad.

²⁹ Busso, Néstor. "La cumbre mundial de la Sociedad de la Información" en <http://www.periodismosocial.org.ar/word/Cumbre%20%28documento%20completo%29.doc>

La mujer mexicana en contexto³⁰

Para hablar de las mujeres en la sociedad mexicana, debe hacerse tomando en consideración dos variables fundamentales: primero la época histórica a la cual nos vamos a referir y segundo el estrato social a la que pertenece el análisis de la mujer en cuestión. Tenemos además que, las mujeres no constituyen un grupo social, ya que la palabra grupo implica interacción, valores, solidaridad y características definidas de grupos sociales, por lo que el estudio y análisis de la mujer mexicana es francamente complicado.

A la mujer en el mundo mexicana la conocemos a través de crónicas de conquistadores, evangelizadores y recopiladores de información como Fray Bernardino de Sahún. Estos documentos dicen que la educación se impartía en establecimientos para cada estrato social y que las niñas eran educadas por sus madres en las labores del hogar y la religión. La sociedad mexicana era claramente patriarcal, por lo que se esperaba una mujer dócil con el marido ya que para ello había sido educada por sus padres. Los hombres podían tener varias mujeres pero debían darles sustento y atención; sólo una mujer era considerada esposa legítima y las otras eran aceptadas con respeto como concubinas oficiales.

La mujer indígena estuvo presente desde el inicio de la Conquista; entre los primeros regalos que hizo Moctecuzoma a Hernando Cortés estaba un lote de esclavas para su regocijo. De esta manera la mujer era un objeto de regalo y placer en ambos mundos. La Conquista trajo consigo un sistema social jerarquizado de acuerdo con el color de la piel, que junto con el nombre y rango de un individuo determinaba su posición social. En el transcurso de los tres siglos los criterios de color dejaron también paso a los económicos y así existieron blancos indigentes. La Malinche (Malinali), destaca como símbolo de proceso de mestizaje que implica subordinación, ya que retrata la jerarquía y la sumisión a un jefe por partida doble por Conquista y en razón de su sexo.

El sistema del virreinato conservó el sistema de privilegio masculino heredado de sus dos nutrientes, ambos se centran en el papel de la mujer en el matrimonio y en la maternidad. Pero el hecho dista del derecho y así tenemos que según los decretos reales el

³⁰ <http://www.scjn.gob.mx/Ministros/oscgv/Conf/Conf-002.htm>

español y el indio eran teóricamente iguales, y sucedía algo similar con las mujeres que se consideraban iguales al varón de su raza; pero como en todas las sociedades una cosa es el ser y otra el deber ser. La mujer española casada tenía la categoría de menor de edad, y aunque podía heredar propiedades, títulos y negocios sus derechos quedaban subordinados al marido. Era el estado de viudez el que le permitía a la mujer la plena capacidad de ejercicio pues hasta entonces podía administrar sus bienes y tenía el derecho de ejercer la patria potestad sobre sus hijos menores.

El sector femenino mestizo de la población tuvo distintas funciones y trabajos en gran medida determinados por la región que habitaba y el lugar que ocupaba su familia en la producción. En las ciudades y pueblos realizaba servicios, vendía alimentos y cubría las faenas de criadas en las amplias casas de los españoles. En el campo las labores domésticas y agrarias. En cambio las negras y los negros se consideraban infames de sangre y eran colocados en los trabajos más ingratos y peligrosos.

Las mujeres que recibían educación eran las criollas. Sin embargo, se consideraba a la mujer encargada de su casa y aún la de más status no necesitaba de mayores conocimientos, ya que su función era producir una abundante prole; entonces no necesitaba ni elocuencia, ingenio, memoria, libertad, capacidad para administrar ciudades, ni estudios superiores. El matrimonio se mantenía como la instancia apropiada para la mujer y la maternidad como su vocación natural. El adulterio para la mujer significaba una ley dura y para el marido una ley laxa. Aquellas mujeres que deseaban un nivel superior de conocimientos debían de contar con el apoyo económico para pagar un maestro particular y el permiso de un padre tolerante.

El siglo XIX intenta consumir las actitudes liberales con sus contenidos de propiedad privada y libre empresa, contra las corporaciones. El lugar común de la mujer de este siglo fue el hogar; se dedicó a la reproducción, siguió siendo madre ejemplar de soldados, de obreros, de campesinos, de líderes y caudillos. Cuando se consideró necesario, la mujer trabajó en la producción, la mujer campesina en las labores propias de su condición rural; en las ciudades eran tortilleras, atoleras, costureras. Pocas veces participó en las pugnas políticas y militares. La docilidad y sumisión eran características principales de la mujer. A pesar de ello, la educación permitió a algunas mujeres ingresar en los centros educativos.

Si bien la Revolución Mexicana fue un movimiento campesino, dirigido a un sector de clase media descontento irrumpió en la historia de México al grito de nuevas opciones que permitió la participación popular. La mujer participó en el conflicto en cada uno de los bandos en pugna y su presencia activa ha definido muchos de los cursos que como sujeto social ha recorrido hasta el día de hoy. La soldadera es parte ya de una mitología que rodea al movimiento revolucionario; la *adelita* está en la memoria colectiva como sujeto estereotipado de un arquetipo de abnegación y dulzura. Sin embargo, con la Revolución, las mujeres fueron incorporadas al mundo de lo público: participaron como correos, empleadas, transportistas, enfermeras, periodistas, secretarias, etc.

Al finalizar el movimiento armado se temió que con tanta libertad la mujer pudiera perder su feminidad, entendida esta, claro está, con docilidad y sumisión, pero desde entonces la nueva estructura social la requeriría en fábricas, oficinas, etc.; para ese entonces las mujeres se habían percatado de otra calidad de vida, aunque algunas otras prefirieron la comodidad. En la Constitución de 1917 la mujer obtuvo igualdad legal aunque sólo en papel, personalidad jurídica para firmar contratos y llevar sus propios negocios y bienes. Por otro lado la educación femenina se había beneficiado en cuanto al nivel de información general, pero quedaba lejos de tener un mayor conocimiento de su cuerpo y de la sexualidad.

Durante la época Cardenista las mujeres encontraron nuevos cauces, que iban desde los de índole general hasta casos particulares como era la situación de la mujer indígena. Las mujeres del campo se organizaron en ligas femeninas bajo la dirección de Refugio Rangel Olmedo, en 1936, que organizó manifestaciones de la Unión de Mujeres Americanas para presionar al Congreso y pedir la modificación del artículo 37 de la Ley Electoral de Poderes Federales, que señalaba como ciudadanos solamente a los varones.³¹

Durante los años 40 México incrementó su desarrollo económico fortaleciendo la industria a expensas del campo, lo que significó para la mujer una mayor presencia en la producción, pero en los empleos peor retribuidos, y además los medios de comunicación, las canciones vuelven a difundir el arquetipo de mujer de antaño. No fue sino hasta 1947 en que el Presidente Miguel Alemán permitió el voto de la mujer en los comicios municipales y Adolfo Ruíz Cortínez en los nacionales de 1953. La igualdad legal no

³¹ *Ibidem.*

conlleve la de hecho aunque ésta sea fundamental para la otra, la opresión femenina alude a temas que rebasan el marco jurídico.

En otro orden de ideas, el conocimiento de las características sociodemográficas y económicas de la población femenina ha cobrado importancia por su significado en la interpretación del desarrollo moderno y por la necesidad de instrumentar políticas orientadas a lograr la equidad de oportunidades entre el hombre y la mujer. Respecto a la tasa de crecimiento demográfico cabe mencionar que si bien el patrón de incremento de la población ha disminuido, y el esfuerzo estatal para lograr una disminución del número de nacimientos ha logrado algunos frutos más allá de los valores ideológicos que inciden en la valoración de la maternidad, de que una familia numerosa ofrece a los sectores populares la esperanza de un mayor ingreso y de que la seguridad social que el Estado no siempre ofrece plenamente.

En el ámbito educativo, que es la base fundamental para una posterior incursión en la vida política y social del país, se contempla lo siguiente: en 1994 la población escolar femenina a nivel licenciatura fue de 15 mil 367, correspondiente al 52% del total de alumnos de primer ingreso para dicho año. Con respecto al número de egresados en 1993, la población femenina obtuvo 9 mil 868 grados universitarios a nivel licenciatura, cifra superior en 824 al número de hombres que obtuvieron el mismo grado. Con respecto al nivel de titulación para 1993, el 47% correspondió a las mujeres. La participación de la mujer a nivel universitario reviste particular importancia dado que es a través de la educación profesional como aumentan sensiblemente las posibilidades de una mayor influencia de la mujer en las actividades de mayor repercusión para la sociedad.

La problemática de la mujer mexicana abarca los ámbitos más variados: la mujer en el proceso histórico de México ha quedado incorporada a su dinámica, pero sin resolver las contradicciones evidentes en el campo del trabajo, la vida pública y la política, ámbitos que se le ofrecen sólo en algunas ocasiones, lo mismo que iguales derechos civiles y políticos, así como la misma oportunidad para educarse.

La mujer trabaja fuera de casa, pero debe hacerlo sin violar su supuesta naturaleza, que se contradice con la ganancia, el afán de poder y la capacidad de competir y tiene derechos civiles y políticos. Es altamente significativo destacar que actualmente, en México, existen más de dos millones de hogares cuyo jefe de familia es una mujer.

Ahora es ella quien realiza quien realiza no sólo la tarea de la educación de los hijos, sino también es la que tiene a su cargo el sostén económico del hogar.

Acercamiento a la imagen de la mujer en los Medios de Comunicación³²

Antes de reflexionar acerca de la imagen de la mujer en los medios de información, es importante precisar que uno de los principales motores que hacen funcionar a los medios de información es el factor económico. Si el medio de información no es negocio, entonces no tiene razón de ser; claro que hay que tener cuidado con esta aseveración en el sentido de que pueden existir algunos medios de información sin ser negocio, subvencionados entonces por alguna institución, sociedad civil organizada, gobierno, etcétera que se sirven del medio para fines determinados, lo suficientemente poderosos para hacer el gasto. Es decir, que en un contexto de análisis costo-beneficio, el beneficio es mucho más apreciado que los costos que puedan implicar la existencia de un medio de comunicación subvencionado.

Los medios de comunicación difunden contenidos que contribuyen a la construcción de modelos ideales, tanto de hombres como de mujeres; estos conforman hoy en día una de las principales instituciones propagadoras de modelos de comportamiento, aspiraciones sociales, de trayectorias de vida y visiones del mundo socialmente normadas.

Diversas investigaciones³³ han demostrado que los mensajes difundidos por los medios de comunicación tienden a reproducir imágenes estereotipadas de la mujer y de los papeles que desempeña; en este sentido, es precisamente la televisión el medio que más ha atraído la atención de los estudiosos y críticos. Su capacidad para llevar los mensajes al ámbito privado y cotidiano de los hogares y modificar actitudes y creencias de las personas, son parte de su reconocido poder e influencia.

Sin embargo, a menudo se señala que la televisión proyecta imágenes no equilibradas de las mujeres y los hombres. A ellas se les presenta usualmente como abnegadas, sumisas, débiles, sin confianza en sí mismas y condescendientes; o bien, se les presenta como objeto sexual o de placer. En cambio, a los hombres por lo general se

³² Ayala Marín, Alexandra: http://www.imes.gob.mx/html/2_12_ifm.htm

³³ Colomina de Rivera, Marta. *La Celestina Mecánica. Estudio sobre la mitología de lo femenino, la mujer y su manipulación a través de la industria cultural*. Venezuela-Caracas, Monte Avila Editores, 1979.

les proyecta como fuertes, valientes, agresivos, decididos y dominantes, en correspondencia con las tradicionales representaciones estereotipadas de la masculinidad.

En los horarios de mayor audiencia televisiva, generalmente ocupados por las telenovelas, se aprecia una profusa difusión de imágenes que refuerzan modelos y pautas sociales y culturales que confinan a la mujer a papeles y actividades tradicionalmente considerados como "femeninos". A ello habría que sumarle los efectos de la publicidad, uno de los instrumentos más poderosos y efectivos para la construcción de imágenes sociales. La publicidad contribuye a reafirmar no sólo los papeles tradicionales, sino también la difusión de patrones ideales o modelos a seguir (tanto de hombres como mujeres). Si bien se advierten ciertos cambios en los programas sobre los papeles que la mujer asume, estos se han ido construyendo gradualmente.

Por su parte, en el medio radiofónico las cosas son mejores en cuanto a la variedad y ciertos grados de libertad al presentar una pluralidad más explícita de enfoques y temáticas. De hecho, la radio se ha caracterizado por ser un espacio de mayor libertad dentro del desarrollo de los medios de comunicación en nuestro país. Pero no puede pasarse por alto que todavía persisten programas abiertamente promotores de pautas y modelos tradicionales.

A pesar de ello, se han ido creando espacios dedicados a la discusión, análisis de la condición y las situaciones de vida de las mujeres mexicanas³⁴ (los menos), así como a la difusión de imágenes sobre su potencial para cristalizar sus aspiraciones personales. Un estudio realizado por el periódico *Reforma* (La décima encuesta anual sobre Consumo Cultural y Medios de Comunicación) dice que: "El 70% de los encuestados escuchan radio todos los días. Las mujeres y los jóvenes son los principales radio escuchas del Valle de México y la música se mantiene como el principal atractivo de este medio. La balada y el rock en español destacan como los géneros predilectos...".³⁵

En cuanto a la prensa escrita se refiere, periódicos, diarios y revistas presentan una gran diversidad. Algunos periódicos de circulación nacional han sido pensados como

³⁴ De momento recuerdo las intervenciones de Sara Lovera en el noticiario *Detrás de la Noticia*, con Ricardo Rocha (660 de AM). Ella solía tener su propio espacio y hablaba de las mujeres desde un punto de vista muy feminista; de hecho, muy radical.

³⁵ Reforma.com: <http://www.reforma.com>, mayo 13 del 2004. La décima encuesta anual sobre Consumo Cultural y Medios de Comunicación fue realizada por el periódico *Reforma* entre 820 personas de 16 años o más que habitan en la Ciudad de México.

familiares (Ejemplos: *El Norte*, *Reforma*, *El Universal*, etcétera), por lo que contemplan secciones completas dedicadas a las mujeres, que generalmente conservan un corte de tipo tradicional. Claro que hay que puntualizar que la mujer del siglo XXI, la de clase media que accederá a este tipo de medios de información es dibujada, además de la tradicionalmente conocida, como aquella ejecutiva que se desempeña exitosamente en empresas en áreas “femeninas”: relaciones públicas, espectáculos, moda, belleza, arte, ventas, etcétera. Se promueven ciertos espacios como “femeninos”, que de hecho lo son, porque el *target* en su mayor parte lo conforman mujeres.

En el campo de las revistas la tendencia sigue siendo la misma, aunque existen algunas pequeñas variaciones, las mayores consumidoras siguen siendo las mujeres, puesto que las revistas están diseñadas específicamente para ellas. Si se revisan los tirajes del *TV NOTAS*, el *TV Novelas*, *Cosmopolitan*, *Elle*, *Bazaar*, *Tú*, *Vanidades*, etcétera, se puede observar que sobrepasan con mucho los tirajes que logran otra clase de revistas de corte político, por citar tan sólo un ejemplo. La temática de las revistas femeninas se concentra en las mujeres como eje nodal del hogar, como las encargadas del amor en la pareja, las que deben preocuparse por la conservación de su eterna juventud, la moda, los chismes de los artistas del momento, los reality shows, tips para mejorar la vida sexual, entre otros:

“La mujer sexy, es el modelo máximo de la moderna femineidad que trasmiten los mass-media. Esta mujer, joven, atractiva sexualmente, blanca, moderna, de clase media alta, rodeada de objetos apropiados para el amor (léase mercancías), se nos ofrece como la mujer ideal y universalizante (pues todas las mujeres sexy, no importa el rincón del munod donde estén, deberán parecerse a la modelo)”.³⁶

Estas revistas son las reinas del mercado, las de mayores ventas e ingresos; y son precisamente las lectoras de esta clase de revistas, clientes potenciales de los prototipos

³⁶ Colomina de Rivera, Marta. *op. cit.*: 207p.

femeninos a seguir. De acuerdo con las expertas en el tema,³⁷ existen cierta clase de revistas que analizan los problemas de la condición y presencia de las mujeres en la sociedad; si bien no son los temas centrales, si se preocupan por tratar los nuevos roles de la mujer en el siglo XXI.

Pienso que si la imagen de la mujer en los medios de información sigue siendo predominantemente tradicional, o con una evolución lenta y paulatina acorde con los cambios sociales que se han venido sucediendo en nuestro país, se debe principalmente por la necesaria relación que existe entre los medios y las mujeres. Me refiero a una relación de empresario consumidor, que sucede de igual manera con los hombres (ellos no están exentos); sin embargo, las mujeres siguen siendo quienes hasta la fecha consumen más.

Si tu cliente gusta, por diversos motivos de conservar un papel tradicional dentro de la sociedad, eso es lo que van a comprar; de esta manera, existe una interacción directa entre los empresarios y sus consumidoras potenciales. Trabajan para que ellas se sientan identificadas o que tengan necesidad de sentirlo³⁸ con los contenidos de las revistas femeninas; que la curiosidad se despierte con títulos sugestivos en las portadas, en las secciones de moda o de sociales.

Por todo lo anterior considero que esta clase de construcción del papel de la mujer dentro de los medios de comunicación no se desarrolla por cuestiones de tipo moral, sino más bien por factores de consumo:

*"[...]/La tarea ideológica que cumplen los medios de difusión para las masas—cine, prensa, radio, televisión, revistas ilustradas, etc.—se manifiesta en el deseo expreso y visible de excitar en los perceptores el ansia de consumir incisamente, proponiendo por esa vía un modelo de vida basado en el lujo, y en el despilfarro[...]/la primera norma en el mundo de las relaciones mercantiles es que el producto no choque en ningún momento con los gustos del destinatario[...]"*³⁹

³⁷ Ayala Marín, Alexandra: http://www.imes.gob.mx/html/2_12_ifm.htm

³⁸ Esta afirmación puede ser sustentada por la teoría de *La Espiral del Silencio*.

³⁹ Colomina de Rivera, Marta. *op. cit.*: 188-1898pp.

Sin embargo, estudios recientes sobre el gusto de las mujeres por las telenovelas revela que reflejan valores conservadores aún vigentes en el imaginario femenino a pesar de los cambios sociales de las mujeres; idealizan el amor romántico, la maternidad y la convivencia familiar, como vías de acceso a una felicidad sin declinaciones. Al parecer no debería existir una correspondencia directa entre el estilo de vida de las mujeres de las novelas y las mujeres que se han integrado a la vida económicamente productiva. Los investigadores sostienen que es comprensible, ya que las transformaciones sociales llevan una velocidad diferente de las transformaciones de las ilusiones y los afectos

El papel de las mujeres en los medios de comunicación

La incursión de las mujeres al periodismo ha sido paulatino, pero definitivo: sin embargo, aunque actualmente ocupan en ocasiones más de la mitad de las plazas laborales dentro de los medios de información, la mayor parte de las mujeres periodistas no ocupan puestos directivos, salvo excepciones. Cuando tratamos de averiguar por qué si existen cada vez más mujeres trabajando en los medios, ubicamos a pocas de ellas en las áreas de toma de decisión o de elaboración de agenda, estilos, etc. Las respuestas a esta interrogante son varias, pero podríamos tratar de tipificarlas.

Una de las respuestas más socorridas es la que se refiere a *inequidad de oportunidades* entre hombres y mujeres; incluso esta vertiente contempla discriminación laboral, dejando a las mujeres como víctimas de una estructura patriarcal y machista, como si se tratase de un abuso por parte de los hombres hacia las mujeres, haciendo a un lado los procesos históricos de las mujeres mexicanas:

*"[...]/la desigualdad cultural de género, se recrudece en ámbitos tan competitivos como el periodismo[...]"*¹⁰

Pero qué de los abusos de las mujeres en contra de las mujeres: cuando se decide jugar con las mismas reglas del juego con que juegan los hombres, las mujeres determinan adoptar la clásica idea de competir descarnadamente contra las demás mujeres, en lugar de comprender esta problemática desde un punto de vista conciencia de grupo; entonces, la supuesta discriminación no tan sólo proviene de los hombres, sino también de las mujeres:

"...las mujeres no hemos sido educadas para solidarizarnos, para hacernos avanzar -como lo hacen los hombres-, sino para competir entre nosotras, para eliminarnos gradualmente, para que al final quede una: "La elegida", concepto con el cual nos movemos a nivel inconsciente y que no es otra cosa

¹⁰ Rodríguez Lara, Eleonora. *Sororidad: la subversión de la identidad (El caso de las periodistas de la ciudad de México)* en <http://www.saladeprensa.org/>

que un constructo simbólico para legitimar la supuesta importancia que una mujer debe obtener al ser la elección de un hombre (o de un jefe, de un padre o de una sociedad - llevándolo a distintos ámbitos-)..."⁴¹

Otra vertiente es la que se refiere a los *procesos reproductivos* que las mujeres deben de enfrentar, señalados como limitantes en el desarrollo profesional, no tan sólo en los medios de información, sino en todos los ámbitos de la vida laboral. Muchas voces sostienen que el reloj biológico de las mujeres la coloca en una encrucijada, al tener que escoger entre la familia y el desarrollo profesional. Sin embargo este argumento se debilita cuando se conoce que más de una mujer ha logrado combinar ambas tareas. Quienes defienden el argumento de la problemática reproductiva, señalan que las instituciones no colaboran mucho en estas tareas, ya que ser madre trabajadora sería mucho más sencillo contando con servicios de guarderías y de atención médica. Entonces me cuestiono, qué tan válido es justificar esta problemática a través de argumentos como el siguiente:

*"las mujeres deben pagar [...] algunos costos sociales de importancia tales como despedirse de una vida personal donde la familia, la pareja y todas las relaciones afectivas quedan relegadas a la imprecisa frontera del después".*⁴²

Una explicación más, es *la auto selección de las mujeres*; es decir, que son ellas mismas quienes deciden hasta que grado de responsabilidad laboral aspiran ya que las estructuras laborales también han ido experimentando los mismos cambios sociales que las mujeres, aunque a una velocidad menor. Esta posible respuesta es una de las más controversiales, ya que supone que es posible que las mujeres logren obtener puestos de toma de decisión; en este sentido, gran parte de las feministas sostienen que es poco probable que los espacios de avance laboral estén abiertos para las mujeres, porque la tradición es que no sea de esta manera, sino que sigan siendo puestos para los hombres, por simple tradición, cultura y confianza. El problema es que si diéramos por buena esta

⁴¹ *Ibidem.*

⁴² *Ibidem.*

explicación, no se entendería como un número importante de mujeres son empresarias, líderes de opinión, académicas, etc. Lo cierto es que siguen siendo las menos quienes llegan a puestos directivos y de toma de decisión.

Quienes estudian a la equidad de género, desde una perspectiva más equilibrada señalan que es necesario el *desarrollo de toda una infraestructura institucional para que las mujeres se empoderen* con mayor facilidad; me refiero a la corriente que defiende la equidad de género, como igualdad de oportunidades, sin que opere lo que conocemos como discriminación positiva, sino simplemente que se vayan generando los mecanismos institucionales necesarios. Ellas señalan como un gran avance que ahora las políticas públicas en México, por lo menos en el discurso se preocupen por la perspectiva de género, ya que es un avance importante que tendrá que consolidarse paulatinamente.

En otro orden de ideas, es importante señalar que la participación de las mujeres en los medios de información es un hecho: basta prender la televisión para encontrar varias mujeres lectoras de *promoters* en los noticieros de la mañana; también a las chicas encargadas de las notas de espectáculos, chismes de farándula y clima. El simple hecho de que aparezcan en televisión, como mujeres económicamente activas, es un reforzamiento de que las mujeres ahora deben salir a trabajar y que pueden hacerlo bien, independientemente de que existan o no áreas de especialidad para las mujeres.

Lo mismo sucede con las mujeres en la radio: existen muchas mujeres conductoras de programas de diversos temas en la radio. Los favoritos siguen siendo los de espectáculos, moda, programas de corte sentimental, etc., pocas de ellas ocupan titulares en los noticieros de mayor audiencia. Lo que si es un hecho es que como reporteras son ampliamente participativas en todos los medios de comunicación.

En la prensa escrita no suceden cosas muy diferentes; de hecho, son más clara las preferencias de ambos sexos; nuevamente mujeres en espectáculos, moda, temas sentimentales, cocina, pero también haciendo notas en casi todas la áreas de los periódicos. Algunas incluso son editoras, correctoras de estilo y responsables de sección, pero las notas *hard*, las generadoras de opinión, están ocupadas por hombres. El análisis político y financiero, sigue abarrotado de hombres; pocas mujeres se interesan en desenvolverse en esas áreas. De hecho, son pocas las mujeres que se ocupan de la lectura de esa clase de temas.

Lo que quiero decir es que la auto selección de temas y áreas dentro del periodismo en sus diferentes géneros persiste, tanto para los hombres como para las mujeres. Existen preferencias por parte de los hombres periodistas y existen preferencias del público masculino que coinciden; lo mismo sucede con las mujeres. Para entender estos fenómenos no quedan muchas opciones más que tratar de comprender los contextos culturales que describen minuciosamente las formas en que actúan ambos géneros.

Y aunque ya se precisó, es importante subrayar que existen mujeres reportando en casi todas las áreas del periodismo; ese no es el problema. La problemática comienza cuando esas mujeres se limitan (¿o las limitan?) exclusivamente a ser recogedoras de notas y procesadoras de las notas, sin incursionar del lado de los formadores de opinión y tomadores de decisión, selectores de agenda de noticias, formulismos de tratamiento de género, etc. Es probable que el avance en estos rubros se vaya desarrollando de manera tan paulatina como se fue dando la incursión de las mujeres en los medios de información.

En este breve análisis, cabe recordar a las mujeres marginadas (y a los hombres marginados también), que no lo son por ser mujeres solamente, sino por el hecho de ser pobres y de habitar en áreas rurales, donde la posibilidad de acceder a la educación y a cubrir sus necesidades básicas es una lucha que aún no consiguen ganar. El mejor ejemplo de ello son las mujeres indígenas (hombres indígenas también), quienes sobreviven en lugares que bien podrían recordarnos los tiempos de la Nueva España, siglo XIX y principios del siglo XX. En contraste están aquellas mujeres (no olvidemos a los hombres en la misma situación) que viven en las ciudades y grandes urbes, en un nivel socioeconómico que les permite acceder a la educación superior, lo que las coloca en una mejor posición para integrarse al mundo laboral competitivo.

Un punto más de reflexión es la forma en que las mujeres trabajan en los medios de información y con ello, el tratamiento que le dan a su propio género.

Tipologías

Esta última reflexión me sugiere la conformación de una tipología:

1. **El Conflicto:** son aquellas mujeres que se desenvuelven desde un punto vista feminista; es decir, concentradas en subrayar las estructuras masculinas que no permiten el desarrollo de la labor profesional de las mujeres periodistas. Mujeres concentradas en tratar temas de mujeres, equidad de género en un tono de constante denuncia.
2. **Statuo Quo:** mujeres que no intentan cuestionar las estructuras laborales, sino más bien que juegan con las mismas reglas del juego que los hombres, cuidando el concepto tradicional de ser mujer; no incursionan en espacios masculinos, sino que aprovechan los espacios femeninos para desarrollarse laboralmente.
3. **Igualdad:** Aquellas mujeres que logran entrar a los espacios tradicionalmente ocupados por varones, en donde se desenvuelven en un clima de equidad, independientemente del contexto. No se ocupan de ninguna defensa de género, tampoco de ataques en contra de las mujeres ni de los hombres. Son aquellas que aprenden a jugar con las reglas del juego, pero que llegan a espacios de empoderamiento tradicionalmente masculinos.
4. **El Pluralismo:** son aquellas periodistas que hacen un periodismo con un tratamiento de información diferente al de los hombres. Aportan la forma femenina de tratar las notas, noticias, entrevistas, etc. Hacen conciencia de la equidad de género, sumando las diferencias; es decir, aportan a las reglas del juego un matiz diferente, donde las mujeres y su sensibilidad particular también caben.

Análisis de las entrevistas⁴³

Sus niveles de estudio son de licenciatura y a pesar de la corta de algunas de las entrevistadas, la trayectoria de experiencia en los medios de información ha sido significativa; empezaron como reporteras desde antes de concluir sus estudios a muy corta edad. Sobresale que las más jóvenes ven de manera más natural la equidad de género en su trabajo, lo que contrasta con las de mayor edad, quienes relataron haber sido víctimas de discriminación, sobre todo en sus inicios como reporteras, cuando tenían que demostrar que eran capaces de realizar los mismos trabajos que los periodistas varones.

Ven de manera muy optimista el desarrollo de las mujeres en los medios de información, ya que señalan que hace 25 años las cosas eran muy diferentes de lo que ahora podemos observar y suponen que la evolución continuará, sino a la misma velocidad de antes, por lo menos ven un futuro prometedor en donde las mujeres también ocupan cargos gerenciales y de tomas de decisión dentro de los medios de información. La realidad actual es que ahora pocas mujeres ocupan puestos gerenciales, de tomas de decisión o de selección de agenda.

No consideran el hecho de ser mujer como una desventaja; tampoco como una ventaja sobre los varones. Señalaron que a las mujeres se les facilita más la comunicación y suponen que ello les ayuda a desenvolverse mejor en los medios, lo que de ninguna manera significa que el trabajo de los hombres sea malo o mediocre. Les queda claro que existen escenarios de trabajo que no son tan favorables para las mujeres, pero no son determinantes sino más bien, se trata de casos más aislados.

Sorprende que las entrevistadas coincidieron en que las mujeres no tienen preferencias particulares por un tipo de género, ya que ellas han cubierto todas las áreas posibles, incluyendo los espacios que tradicionalmente ha sido de los varones. Pero esto sucede específicamente en el nivel de reporteras; las mujeres son igual de buenas reportando que los varones. Si perciben que en ciertos medios existen preferencias por parte de algunas mujeres, en donde tendrán más espacios de desarrollo que otros; de ahí la especialización en temas como espectáculos y moda, pero ellas se asumen capaces de cubrir cualquier tipo de nota.

⁴³ Ver Anexo I

Ellas si logran percibir un tratamiento de la información diferente que la que le dan los varones, aunque no hay consenso entre las entrevistadas. Algunas suponen que el manejo de la información tiene un toque femenino, con mayor cuidado, ya que los hombres a veces no son tan sensibles como ellas en la percepción de algunas notas. Pero en lo general consideran que el trabajo de ambos sexos puede ser igual de bueno.

En cuanto a la credibilidad de las mujeres en los medios de información, su percepción fue diferente: algunas sostienen que aún no tienen el mismo nivel de credibilidad que los hombres por la tradición que existe. Sin embargo, otras aseguran que una mujer es mucho más confiable que un hombre. Lo que si es un hecho, es que cuando se tienen titularidades de noticieros las cosas cambian, porque casi siempre han sido los varones quienes han ocupado esos espacios; lo mismo ocurre con los espacios más recorridos por las mujeres, en donde los hombres enfrentan mayores obstáculos que ellas.

Una de las cosas que quedaron claras en las entrevistas, fue que las periodistas logran ver un impacto positivo de los medios de información sobre la sociedad en cuanto a equidad de género se refiere, aunque a ninguna le quedó claro la forma en que ello ocurre: no entienden los procesos, pero perciben que así sucede. En este sentido, cabe señalar que ellas mismas se asumen inconscientemente como un **reflejo de la sociedad**: es decir que no son los medios los principales promotores de la equidad de género, sino que más bien son un reflejo de las transformaciones sociales.

Otro concepto que expresan en las entrevistas es que la participación de las mujeres en los medios de información, en sus diferentes niveles, **refuerzan esta transformación social** (la imagen que la sociedad tiene de si misma) de mayores espacios y aperturas para las mujeres en general. Una vez que reflejan el cambio social, su participación es un refuerzo de la misma transformación de los nuevos modelos sociales.

También se puede observar que las mujeres en los medios de información de alguna manera colaboran para el **posicionamiento de ciertos temas sensibles para las mujeres**, como podría ser el tema del aborto, belleza, cuestiones de medicina para la mujer, familia, muertas de Juárez. Cabe aclarar que no todos los temas que subrayan las mujeres tienen que ver con la perspectiva de género, sino que más bien son temas que al menos al margen, contribuyen a la equidad de género.

Otra idea que podemos observar en las entrevistas es que los medios reflejan también espacios y conductas machistas, con apertura, pero no dejan de tener esta constante, con diversos matices.

Todas mencionaron el sacrificio que implica para las mujeres que trabajan el cuidado de la familia; perciben que tener una familia se les dificulta más por las características de su profesión y por ser mujeres. Ellas consideran que tener familia implica además un acto de auto segregación de del desarrollo profesional, aunque una de las entrevistadas no lo consideró de esa manera. Lo que no perciben es que eso no les ocurre exclusivamente a ellas como periodistas, sino que ocurre en todas las demás profesiones.

Resalta que ninguna de ellas se asume como feminista o preocupada por hacer agendas de género; la promoción de la equidad de género no es algo que les preocupe más allá de los obstáculos de autorrealización personal. Aunque podrían tener espacio para tratar el tema de la equidad de género en particular, no es algo que le interese mucho, sino de manera aleatoria. Por otra parte, si aún son los hombres quienes ocupan los espacios directivos dentro de los medios de información, entonces las mujeres no pueden hacer agenda que promueva equidad.

Es un hecho de que están conscientes de que en las actuales circunstancias, las estructuras sociales no son el mejor medio para hacer agenda con perspectiva de género y entonces seguirán limitadas. Cabe subrayar que a ninguna le quedó claro el concepto del empoderamiento y la importancia del mismo.

Les queda claro además, que los hombres dominan los espacios de mayor relevancia dentro de los periódicos; las reporteras son las mujeres, pero los temas que generan opinión pública están ocupados por los varones. Es posible que esta situación tenga que ver con los tipos de audiencias y las preferencias de los hombres y mujeres; es posible que eso que a veces se percibe como discriminación esté más emparentado con mercados y audiencias. Por ejemplo, a los hombres no les importa mucho los temas relacionados con la equidad de género y como son ellos quienes definen agendas, pues estos temas no son precisamente los más promovidos.

Consideran que el trabajo que desempeñan es más meritocrático que relacionado con el género, y a ninguna le parece importante el potencial de los medios para fomentar

la equidad de género; es un tanto extraño que dado que trabajan en medios con ciertos grados de inequidad de género, no aprovechen su posición en los medios para combatir dicha problemática. No se asumen como agentes proactivos, sino que son el refuerzo de los reflejos sociales entorno a las mujeres y a la perspectiva de género.

Análisis del estudio de CIMAC⁴⁴

Primera Parte: las mujeres como tema de noticia

El estudio permite observar que las mujeres no son ciertamente las protagonistas de las notas informativas de los titulares de mayor importancia; las ocho columnas de los periódicos suelen estar relacionados con temas de política nacional e internacional de relevancia. Lo anterior confirma que la participación activa de las mujeres en la política no es muy nutrida.

Sorprende que la muestra indique que las mujeres aparecen más en las notas de política; de acuerdo a las fechas del estudio, la explicación podría obedecer a que en esos tiempos la Jefa de Gobierno del Distrito Federal era Rosario Robles, quien indiscutiblemente ocupaba frecuentemente los titulares de los periódicos de mayor circulación. Esta situación es un tanto excepcional, aunque definitivamente colabora con la proyección de las mujeres en la política.

Las mujeres que son noticia en su mayoría son las que pertenecen al mundo de la farándula y el espectáculo; de nueva cuenta el estudio indica que las mujeres y la política ocupan el segundo peldaño de las mujeres que son noticias, pero ello tiene que ver con Rosario Robles, ya que no hay muchas mujeres dentro de la política nacional que sean noticia, salvo algunas que ocupan titularidades en las Secretarías. El tercer lugar lo ocupan las mujeres pertenecientes al mundo de las artes, espacios tradicionales de mujeres.

⁴⁴ Ver Anexo 2

Segunda parte: las mujeres que escriben en la prensa

De todas las notas publicadas en los periódicos analizados, tan sólo el 30% pertenecían a mujeres; el 42% a hombres y, el 27% provenían de agencias de información. La participación de los hombres en la prensa escrita, de acuerdo al sondeo Cimac, sigue siendo mayoritaria a pesar del número tan elevado de mujeres reporteras que colaboran con estos medios.

También sobresale que el 90% de las notas escritas por reporteras tienen como protagonistas a sujetos masculinos, lo que indica que tan sólo el 10% de las reporteras tienen por tema a las mujeres. De las notas de las agencias de información, el 10% hablan sobre mujeres, mientras que solamente el 7% de las reporteras de las agencias son mujeres.

Las mujeres escriben más sobre candidatos, funcionarios y sobre el mundo de los espectáculos; escriben en todas las secciones, pero son mayoría en el tema de economía, política y ciudad. Es un dato curioso saber que ni siquiera en la sección de espectáculos son mayoría y que si lo son en la sección de economía. Lo anterior nos habla de reporteras que pueden trabajar en cualquiera de las secciones de los periódicos, lo que de alguna manera coincide con la percepción de las reporteras entrevistadas; actualmente las mujeres periodistas cubren cualquier nota, y por supuesto que cubrirán la de mayor demanda dentro de los medios escritos como son los de política, economía, ciudad y espectáculos.

Las mujeres escriben casi todo lo referente a la salud, medio ambiente y vivienda, educación y familia, mujer y familias, además de la participación económica.

Conclusiones

El papel de las mujeres en los medios de información hasta el momento se encuentra limitado a las actividades de reportear toda clase de notas, de cualquier sección, aunque cabe destacar que ellas son prácticamente el 50% de la población productiva en los medios, lo que nos habla de un avance significativo en cuanto a la igualdad de oportunidades entre géneros. Sin embargo, pocas mujeres ocupan puestos gerenciales, de toma de decisión, titularidades de espacios informativos generadores de opinión.

La presencia de las mujeres en los medios de información, sobre todo aquellas que logran tener exposiciones constantes frente al público espectador y lectores de periódicos, contribuyen a la equidad de género en cuanto a la presencia que tienen en los medios, independientemente de los géneros y áreas informativa a la que se dediquen, porque exponen el concepto de la integración de las mujeres a la fuerza de trabajo económicamente productiva.

Las mujeres en los medios de información influyen en el desarrollo de la equidad de género y por lo tanto al desarrollo político, gracias a los procesos de (1) reflejo social.- son espejos de las transformaciones de la sociedad; (2) reforzamiento de los cambios sociales.- ellas confirman estos cambios con sus actitudes en los medios, reforzando de esta manera los cambios y, (3) A través del posicionamiento en los puestos de decisión (empoderamiento).- simplemente el hecho de llegar a puestos de toma de ediciones contribuye a la equidad de género, pero también las convierte en sujetos preactivos de equidad de género, en tanto que serán ellas quienes decidan agenda.

Persisten los dilemas entre los ámbitos familiares y las cuestiones reproductivas versus el desarrollo profesional; queda clara la necesidad del desarrollo institucional que brinde a la mujeres la opción de no tener que llegar a esta disyuntiva, sino que reciba el apoyo suficiente (guarderías y servicios de salud) para construir las condiciones que le permitan ser madre y trabajadora al mismo tiempo, sin que ello implique mayor problema.

La representación marginal de las mujeres en las diferentes titularidades de los medios de información, disminuye considerablemente el efecto que pueden lograr sobre

la equidad de género, y por ende al desarrollo político, ya que no actúan como sujetos proactivos de cambio social, sino que se limitan a reflejar y reforzar dichos cambios.

Persisten en los medios de información la falta de oportunidades de empoderamiento de las mujeres; también deben resistir el embate de las propias mujeres altamente competitivas; por falta de apoyo de corte institucional, los procesos reproductivos y de crianza las limitan en su desarrollo profesional; las mujeres periodistas enfrentan procesos de auto selección, donde son ellas mismas quienes deciden hasta que niveles de desempeño desean alcanzar, presionadas por la cuestión reproductiva y familiar.

Como son más hombres que mujeres quienes ocupan los puestos de toma de decisión en los medios (y en muchos otros espacios de la sociedad), la generación de agenda contempla poco o casi nada del tema de la perspectiva de género como tal, ya que no es tópico muy taquillero entre los varones, ni de las propias mujeres. El hecho de que las mujeres no estén trabajando desde esos puestos, implica una disminución considerable en su papel proactivo como sujeto de cambio y de posicionamiento del concepto de equidad de género.

De ahí que una de las recomendaciones de esta investigación es la búsqueda del desarrollo de corte institucional para apoyar a las mujeres en la fase reproductiva y la crianza de los hijos, para que ese no sea un factor determinante que limite su rol profesional. Una última recomendación es tratar de generar conciencia entre los hombres y las mujeres de la importancia de la perspectiva de género para contribuir con ello al desarrollo social y político y conseguir con ello una sociedad más justa y equitativa para todos.

Bibliografía

- Almond, Gabriel. (1992) "La cultura política" en *Diez textos básicos de ciencia política*. Barcelona, Editorial Ariel.
- Colomina de Rivera, Marta. (1979) *La Celestina Mecánica. Estudio sobre la mitología de lo femenino, la mujer y su manipulación a través de la industria cultural*. Venezuela-Caracas, Monte Avila Editores.
- Faludi, Susan. (1972) *La guerra contra las mujeres. La reacción encubierta de los hombres frente a la mujer moderna*. México, Planeta.
- Franco, Jean. (1989) *Plotting Women. Gender and representation in Mexico*. Estados Unidos, Columbia University Press.
- Jaguaribe, Helio. (1981) *Desarrollo económico; desarrollo político*. México, Fondo de Cultura Económica.
- Lagarde, Marcela. (1989) "Hacia una nueva cultura feminista: Enemistad y sororidad" en *Memoria No. 28*: 24-46, México.
- Lamas, Marta (1994) *El problema de la igualdad entre los sexos. Antología de la sexualidad humana*. México, Consejo Nacional de Población.
- Lovera, Sara, et. al. (2000) *Tejedoras de la Palabra. Hablan los medios*. México, CIMAC.
- Marshall, T.H. (1976) *Class, Citizenship and Social development*. Wesport, Connecticut: Greenwood Press.

- Musacchio, Humberto. (2003) *Historia Gráfica del Periodismo Mexicano*. México, Humberto Musacchio Textos.
- North, Douglass C. (1993) *Instituciones, Cambio Institucional y Desempeño Económico*. México, Fondo de Cultura Económica.
- Portugal, Ana María y Carmen Torres. (1996) *Por todos los medios. Comunicación y género*. Buenos Aires, Isis Internacional. (Ediciones de las mujeres, 23).
- Putnam, Robert D. (1993) *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton University Press.
- Reed Torres, Luis y María del Carmen Ruiz Castañeda. (1995) *El periodismo en México: 500 años de historia*. México, Edomex.
- Roglán Manuel y Pilar Equiza. (1996) *Televisión y lenguaje. Aportaciones para una configuración de un nuevo lenguaje periodístico*. Barcelona, Ariel.
- Rojas Soriano, Raúl. (2001) *Guía para realizar investigaciones sociales*. México, Plaza y Janes.
- Serra Roja, Andrés. (2003) *Diccionario de Ciencia Política*. México, Fondo de Cultura Económica.
- Taylor S. J. y R. Bogdan. (1990) *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. España, Barcelona, Paidós.
- Trejo Delarbe, Raúl. (2001) *Mediocracias sin mediaciones. Prensa, Televisión y elecciones*. México, Cal y Arena. 563pp.
- Urrutia, Elena. (1979) *Imagen y realidad de la mujer*. México, FCE.

CENDOC-CIDHAL. “La perspectiva de género: una herramienta para construir equidad entre mujeres y hombres”, en

Páginas Web

Albarrán de Alba, Gerardo. “Democracia, prensa y sociedad: responsabilidades compartidas” en www.saladeprensa.org

Aveledo, Ramón Guillermo. “Los medios de comunicación y el cambio democrático” en www.saladeprensa.org

Ayala Marín, Alexandra en:

http://www.imes.gob.mx/html/2_12_ifm.htm

Busso, Néstor. “La cumbre mundial de la Sociedad de la Información” en:

<http://www.periodismosocial.org.ar/word/Cumbre%20%28documento%20completo%29.doc>

Carreño Carlón, José. “Un modelo histórico de la relación entre prensa y poderes en México, en el siglo XX” en:

www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/FMB/foromex/modelo.html

Definición de Equidad de Género en <http://www.rhoespanol.org/html/glossary.html>

Definición de Equidad de Género en <http://www.pnud.org/sv/~genero/index.php>

Educación y Desarrollo Humano” en:

<http://www.latarea.com.mx/articu/articulo15/romero15.htm>

Hawkesworth, Mary. "Confundir el género", en
<http://www.laneta.apc.org/cidhal/lectura/genero/texto1.htm>

"La ideología de género, sus peligros y alcances", en
http://www.churchforum.org.mx/info/FAmilia/ideologia_genero.htm

Lamas, Martha. "La perspectiva de género", en:
<http://www.latarea.com/articu/articu8/lamas8.htm>

Mejía Barquera, Fernando. "Historia mínima de la radio en México" en:
www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/FMB/foromex/historia.htm

Mejía Barquera, Fernando. "Historia mínima de la Televisión Mexicana" en:
www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/FMB/foromex/minima.htm

Reforma.com: <http://www.reforma.com>, mayo 13 del 2004. La décima encuesta anual sobre Consumo Cultural y Medios de Comunicación fue realizada por el periódico *Reforma* entre 820 personas de 16 años o más que habitan en la Ciudad de México.

Parella Rubio, Sonia. "Repensando la participación de las mujeres en el desarrollo desde una perspectiva de género" en
<http://www.bib.uab.es/pub/papers/02102862n69p31.pdf>

¿Qué es la perspectiva de género? en <http://www.puertovida.com/tdgl.html>

Rodríguez Lara, Eleonora. "Sororidad: la subversión de la identidad (El caso de las periodistas de la ciudad de México)", en <http://www.saladeprensa.org/>

<http://www.unam.mx/ceiich/genero/conapo/izq.html>

<http://www.unam.mx/ceiich/genero/conapo/genero-4.html#Construcci3n%20de%20la%20equidad.%20la%20igualdad>

<http://www.cimac.org.mx/prueba001.html>

<http://www.cimac.org.mx/noticias/01mar/01033006.html>

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n10/esten.html>

<http://www.mujerlider.com.ar/comunidad/neuronas.html>

<http://www.fuhem.es/CIP/EDUCA/des3.htm#m0>

<http://boards2.melodysoft.com/app?ID=pressnet1&msg=354#615>

<http://www.unam.mx/ceiich/genero/conapo/izq.html>

<http://www.colegio.com.uy/Papis/Art010.htm>

<http://boards2.melodysoft.com/app?ID=pressnet1&msg=354#615>

<http://boards2.melodysoft.com/app?ID=pressnet1&msg=354#575>

<http://www.scjn.gob.mx/Ministros/oscgv/Conf/Conf-002.htm>

A N E X O 1

Entrevistas realizadas por Claudia Sánchez Velasco

Wendy Roa

26/05/05

C.S.- ¿Cuál es tu nombre?

W.R.- Mi nombre es Wendy Vanesa Roa Coronado

C.S.- ¿En dónde trabajas?

W.R.- Actualmente trabajo en la agencia "Detrás de la Noticia", que a su vez trabaja para la agencia de Radio Fórmula.

C.S.- ¿Cuánto tiempo tienes de laborar como periodista?

W.R.- Empecé desde los 19 años, te estoy hablando que voy a cumplir ya 10 años aquí.

C.S.- ¿Algún programa en particular en el que tu hayas trabajado, o algún periódico que quieras mencionar ahora, que te haya gustado mucho o que te haya formado?

W.R.- Bueno mis inicios fueron en TV Azteca y en sí donde se podría decir crecí profesionalmente fue en Televisa en donde me desarrolle ampliamente con algunas conducciones, con colaboraciones especiales, de hecho estuve trabajando, fui la primer mujer de que se tiene registro en Televisa que se subió a una motocicleta para estar transmitiendo en las mañanas, en el helicóptero también, entonces se puede decir que Televisa fue la empresa donde me formé y a raíz de eso pues hoy he tenido mas oportunidades en cuestión de trabajo en diferentes áreas.

C.S.- ¿Cuál es tu impresión acerca de la participación de las mujeres en los medios de información, como ha evolucionado esta participación, como las ves hace 20 años, actualmente, en el futuro?

W.R.- Pues fijate curiosamente, retomando lo que te comentaba, la mujer antes era pues un tabú el hecho de que estuviera en los medios de comunicación, la mujer estaba considerada para la casa y la mujer era la que tenía que atender (inaudible), la mujer dentro de los medios de comunicación no era bien vista, se pensaba que era solamente un asunto de hombres, por todo lo que se daba en el pasado, principalmente, pues tu sabrás.

la famosa concepción dentro de los medios de comunicación, y una mujer que se enterara o que estuviera dentro de esto, pues era imposible, hablar de que una mujer cubriera una nota policiaca, ¿cómo?. si la mujer era más frágil, le daba miedo ver al muerto, le daba miedo el tratar con policías, sin embargo de 15 años para acá, aproximadamente es cuando se va dando esta apertura de las mujeres hacia los medios de comunicación, donde pues, las mujeres están demostrando, no ser iguales que los hombres en este trabajo, algunas hasta más capaces que el propio hombre. Y a futuro pues, yo veo la presencia de la mujer aún más arraigada en los medios de comunicación, lo estamos viendo en la actualidad, como poco a poco son las mujeres las que conducen, son mas las mujeres que laboran dentro de las áreas de comunicación social, hablando en este mismo ramo de las ciencias de la comunicación y poco a poco, las mujeres van ganando espacio, ya no por la cara bonita, ya no por que había una relación con alguno de los jefes, sino simplemente por capacidad la mujer esta llegando ya, a este lugar, y en el futuro sin duda pues estará ocupando todavía más, no con ello estamos hablando (inaudible) igual estarán trabajando, en igualdad de circunstancias pero si habrá mas mujeres.

C.S.- ¿Un aproximado del porcentaje de las mujeres que participan en el medio de información que actualmente estas trabajando, por ejemplo un aproximado ya que hay diferentes niveles, es decir las mujeres periodistas, mujeres en mandos medios, o en coordinación, o mujeres en puestos de dirección?

W.R.- Pues mira, en el caso de puestos de dirección te puedo decir que la empresa va al 50/50, por ejemplo la jefa de redacción es mujer, vaya la que lleva todo el camino de la redacción es mujer, en cuestión de reporteros la mitad somos mujeres y la mitad son hombres, y ya en medios superiores bueno si, todavía sigue predominando el hombre, te estoy hablando que puede ser un 20/80, en mandos a nivel directivo, todavía el hombre sigue estando arriba.

C.S.- ¿Percibes alguna clase de discriminación ya sea positiva o negativa hacia las mujeres periodistas, dentro de los medios de información?

W.R.- Pues si, como te comentaba, todavía si hay una discriminación, principalmente tiene que ver mucho en el medio policiaco, en donde la mujer, pues siempre por ser mujer, se le oculta la información, no tiene una buena relación, no puede obtener más información que el mismo hombre, ahí es cuando debe de uno enaltecer el trabajo que

hace la mujer, le cuesta lo doble de lo que el hombre hace principalmente en cuestión de la cobertura en materia policiaca, también, quizá, un poco dentro del aspecto a nivel oficina, en donde pues el hombre aún tiene esos privilegios, en donde pues como es hombre a lo mejor no esta sometido a un horario tan fuerte como lo pudiera estar la mujer, porque como la mujer si tiene mas fortaleza y con el aparente o el supuesto de que tiene discapacidad de hacer las cosas pues a veces le cargan mas el trabajo a la mujer que al mismo hombre eso es lo que yo percibo.

C.S.- ¿Alguna ventaja o desventaja, que tu puedas percibir con el hecho de ser una mujer periodista con respecto a los hombres periodistas?

W.R.- Mira, desventajas un ejemplo muy claro no, que mucha veces no podemos hacer la cobertura que revista en un hombre en ciertas circunstancias, no porque no podamos, sino porque simplemente no se puede, ejemplo claro hace algunos meses, algunos compañeros hombres se fueron a cubrir lo del tsunami, se fueron en este barco de la armada, tenían que ser necesariamente hombres porque como iban puros marinos, pues como hubiera terminado, y ya es una desventaja pues no puedes hacer noticia en este tipo de situaciones, a lo mejor ventaja como mujer, en otra circunstancias a lo mejor una nota muy "lite" quizá pues por la sonrisita, o porque te vieras bien con el funcionario, porque hay algunos funcionarios que son muy coscolinos, pues te proveen mas de información, es decir tiene sus ventajas y sus desventajas, igual y puedes tener mucho, igual y puedes no tener nada por el hecho de ser mujer.

C.S.- ¿Percibes alguna preferencia por parte de las mujeres periodistas hacia un género periodístico en particular?

W.R.- Fíjate que ya no tanto, antes si, las mujeres estaban mas enfocadas a cubrir espectáculos, a cubrir más temas sociales, pero no, ahora en la actualidad creo que la mujer esta echándole mucha política, y le esta interesando mucho la política y a veces como que es mas desidiosa la mujer, como que le gusta estar investigando le gusta estar rascándole mas al asunto, pero ya que te diga algo de que la mujer tiene que ser para espectáculos, no, ya se acabo, ya vemos hombres y mujeres en espectáculos, que la mujer tiene que ser para cuestiones de sociales, ya también se acabó, creo que algo que ha ayudado mucho es que los actuales jefes son o son ex de reporteros, entonces son ya hombres mas modernizados que le están dando la oportunidad tanto al hombre y a la

mujer, y a veces aunque seas mujer te vas a esto, o aunque seas hombre vas a esto entonces pues te van adentrando a todo pero si creo que la mujer ahorita se esta metiendo mucho en los rollos políticos por que es lo que nos esta gustando.

C.S.- ¿Qué me puedes comentar acerca del tratamiento a la información, es decir en el manejo de la misma, tu percibes alguna diferencia entre el manejo que le daría un hombre a diferencia de una mujer periodista?

W.R.- Si, lo que te comentaba, la mujer es mas minuciosa, la mujer como que le busca más, como que especifica mas, como que este sexto sentido le permite todavía ver mas allá de lo que a veces el hombre se centra, a lo que es la información, a lo que es la nota, los hechos, no estoy diciendo con ello que todos los hombres sean iguales, lo que pasa es que les encanta investigar, pero si la mujer como que es mas minuciosa, mas de busca, mas que yo creo que si ha diferenciado o que quiere diferenciar a las mujeres y es el trabajo que esta empezando a gustar a los jefes, por eso se esta allegándose mas de mujeres en cuestiones de labores periodísticas.

C.S.- ¿La aceptación por parte de la audiencia cómo la percibes, es decir el hecho de ser mujer, tiene alguna implicación mayor, menor, igual en lo referente a la aceptación/credibilidad entre un hombre o una mujer?

W.R.- Que bueno que tocas ese punto, fijate que en ocasiones el hecho de decir mujer, es sinónimo de no credibilidad, o sea una mujer todavía no tiene esa credibilidad, ante el vivir público, ante la sociedad, ¿por qué?, porque creo que aún seguimos frente a este concepto machista, en el que el hombre es el de la verdad absoluta, no en todos los sectores afortunadamente, poco a poco se esta dando este cambio de apertura, de mentalidad en la población, sin embargo todavía hay algunos grupos de la población que si escuchan a uno hacer televisión, no, pues no va a tener credibilidad, ¿cómo va a tener credibilidad si esta para llegar acá pasó por tal situación?, o sea todavía esta esa mentalidad de que la mujer no esta en el lugar por su capacidad sino porque tuvo que ver con muchas cosas atrás y entonces al tener esa mentalidad pues la mujer sigue siendo sinónimo de que a veces no te creen, que el hombre puede decir tontería y media pero porque es hombre, pues tiene la razón ¿no?, y muchas veces la mujer, pues todavía como que le falta un poco de esa aceptación, mas adelante las cosas van a ir cambiando pero si es un problema al que te enfrentas en la actualidad.

C.S.- ¿Esto lo percibes en radio, televisión, es decir, existe diferencia de acuerdo al medio, tratándose de este tipo de aceptación y credibilidad?

W.R.- Yo creo que es igual, y tu lo has de ver los noticieros estelares quien los tiene, los tienen los hombres, están en la conducción, son de hombres en cualquier noticiero estelar de la mañana, tarde, o noche, tanto en televisión como en radio, es muy difícil todavía que una mujer, si las hay, el caso de Adela Micha, pero son contadas las mujeres que se encuentran en horarios estelares, ¿por qué?, porque todavía no se avientan a colocarlas, hubo el caso de T.V. Azteca en donde en un principio, hace algunos meses, cuando están haciendo estos cambios, ponen a Rosa María de Castro, con Javier Alatorre, lo tuvieron que quitar de inmediato, porque como mujer no daba el ancho vaya, ¿quien es? Pues el hombre entonces, quien va en los medios pues es el hombre.

C.S.- ¿Crees que exista algún impacto del trabajo de las mujeres periodistas sobre la sociedad en general?

W.R.- El trabajo de la mujer impacta siempre y cuando sea un trabajo bien realizado, y que no se lo hayas visto hacer a un hombre, vamos, que veas a una mujer ahora con todos estos procesos en Irak o que veas a una mujer metida en la guerra eso va impactar, el hecho de que veas a una mujer con fortaleza y valor, un trabajo que no van a hacer muchos hombres, era lo que te mencionaba hace unos momentos, la mujer tiene que hacer, lo doble de lo que hace un hombre, para que pueda impactar, para que pueda tener esa credibilidad en la población, no es nada mas vamos a hacer las cosas y así ¿no?, (inaudible), tienes que esforzarte aún más para hacer las cosas, claro que puede impactar, y con base a lo mejor en ese impacto, vas ganando credibilidad, y vas ganando lugares, pero que sea inmediato el que digan pues, por ser mujer y por estar en los medios te voy a aceptar, creo que todavía no se ve.

C.S.- ¿Crees que la participación de las mujeres en los medios de información de alguna forma sirve para promover la equidad de género tanto en los medios como en la sociedad en general?

W.R.- Claro, creo que eso también ha sido parte de esta apertura que se ha dado en la sociedad y en que la mujer vaya ganando espacios, creo que tanto los medios de comunicación como en la política, esta incursión de la mujer ha permitido que en otros

espacios, en otros círculos, pues la mujer vaya ganando poco a poco terreno, y en eso pues han ayudado los medios de comunicación y creo que bastante.

C.S.- ¿Consideras que existe un mayor impacto de las mujeres periodistas dentro de los medios de comunicación de acuerdo a esta nueva posición laboral dentro de los medios de información refiriéndonos a los puestos directivos de los que ya hicimos mención, y que aún siguen siendo casi exclusivos para los hombres?

W.R.- Pues poco a poco la mujer va ganando terreno, la mujer va ganando espacios, falta mucho, porque si falta mucho, afortunadamente, y regreso a lo mismo, los cambios de mentalidad entre la población están dando esta oportunidad, la mujer esta demostrando ser una persona capaz, esta demostrando ser una persona que no solo esta capacitada, como muchos creían, para estar en casa y cuidando a los hijos ¿no?, la mujer esta demostrando ser una persona pensante que puede hacer igual y hasta mejor el trabajo entre los hombres y te puedo asegurar que quizá no pueda hablar de 5 años, porque sería muy rápido, pero dentro de 10 o 15 años, la mujer sino estará predominando por lo menos ya tendrá esta igualdad de condición en el trabajo refiriéndonos al ámbito periodístico.

C.S.- Hay una cosa que no quisiera dejar de preguntarte... costos sociales, ¿El hecho de estar trabajando en el medio informativo, y de estar realizando este doble esfuerzo que nos has mencionado, tiene algún costo social para ti en lo particular?

W.R.- Pues el costo personal a veces pues es la familia ¿no?, que es lo que mas te puede doler, quizá para un hombre es fácil ausentarse de casa, salir en la mañana y regresar en la tarde, porque así se ha acostumbrado ¿no?, pero a la mujer el salir de mañana ver poco tiempo a su esposo en ocasiones no poder atender a sus hijos, primero en cuestión de matrimonio, te puede causar hasta un divorcio, en donde el hombre diga: "pues oye no estas en casa, adiós", o el mismo hombre se sienta desplazado por lo que esta haciendo su esposa y el decida poner un punto final, en cuestión de pareja, en cuestión de hijos pues lo vemos con muchas compañeras, a veces el reclamo del hijo es "oye, es que ¿porque no estas?", y crece sin esa figura materna, y el día que quieras acercarte a tu hijo pues muchas veces el hijo ya no te reconoce porque no estuviste con el cuando lo necesitaba u otra cosa más grave a lo mejor estas casada llevas una familia y por la chamba piensas "no pues no me voy a embarazar", el día que te das cuenta que pues, oye necesitas tener un hijo por el matrimonio, por lo que tu decidas, pues ese día no pudiste, y toda tu vida se

te vino para abajo. si tienes que pagar altos costos y creo que no nada más en el periodismo , creo que en muchos, muchos de los trabajos que hay en donde pues la mujer se ha metido al 100% y que desafortunadamente pues a veces la familia, las amistades, los hijos, si se paga ¿eh?, para estar en esto, se tiene que tener el coraje, sobre todo pues estar consiente de que es todo en esto o nada ¿no?..

C.S.- Agradecimientos.

Claudia Flores

26/05/05

C.S.- ¿Cuál es tu nombre?

C.F.- Mi nombre es Claudia Lorena Flores Barreto

C.S.- ¿En dónde trabajas?

C.F.- Actualmente trabajo para Noticieros Televisa

C.S.- ¿Cuánto tiempo tienes de laborar como periodista?

C.F.- Tengo 14 años trabajando como reportera.

C.S.- ¿Me puedes decir cuál ha sido brevemente tu formación como reportera?

C.F.- Pues mira, yo estudié la licenciatura de periodismo en el Centro de Estudios Universitarios de Periodismo y Arte en Radio y Televisión, y bueno pues he tomado algunos diplomados y cursos adicionales de locución, de información, de comunicación, comunicación política, de procesos electorales, y básicamente esa es la formación que he tenido.

C.S.- ¿Y tu desarrollo dentro de los medios?

C.F.- Mira yo siempre desde el primer día, trabajé en Televisa, toda mi carrera ha sido ahí, siempre he sido reportera, y bueno he cubierto diversas fuentes, comencé cubriendo culturales y espectáculos, las guardias, redactando boletines de prensa, posteriormente cubrí la fuente del aeropuerto, asamblea legislativa del distrito federal, algunas cosas metropolitanas de partidos políticos, hasta que hace aproximadamente 10 años comencé a cubrir la fuente religiosa, en la fuente religiosa me quedé mucho tiempo de hecho eventualmente cubro algunas cuestiones que tienen que ver con esa fuente, fundamentalmente las celebraciones del 12 de Diciembre, de la pasión de Ixtapalapa, o cuando llega a venir el Papa, en las últimas 2 visitas he tenido muchísimo desempeño, prácticamente dedicada de tiempo completo a preparar informativamente esas visitas y, bueno, he incursionado también en temas políticos, he cubierto varios eventos de Diputados, Senadores, Presidencia de la República, Partidos Políticos, y fundamentalmente en estos últimos 4 años he cubierto procesos electorales sobretodo de carácter local, elecciones de Gobernador, he cubierto el Instituto Federal Electoral, el

Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, y la Secretaría de Gobernación, como fuente fija.

C.S.- ¿Cuál es tu impresión acerca de la participación de las mujeres en los medios de información, como ha evolucionado, hacia donde va, como se veía hace 20 años, como se ven actualmente, y como las ves tú en el futuro?

C.F.- Mira, de hecho yo he podido constatar a lo largo de estos 14 años que la presencia de las mujeres se ha incrementado muchísimo, en los medios de comunicación incluso podría decirte que en algunas fuentes existe la presencia mayoritaria de las mujeres, últimamente que a mi me conste te puedo hablar de la fuente religiosa, que es cubierta en su mayoría por mujeres, también la fuente de la Secretaría de Gobernación, en su mayoría somos mujeres, creo que ha habido un desempeño muchísimo más amplio y eficaz de las mujeres porque en consecuencia de lo que ha sido el desarrollo de esta sociedad con anterioridad, pues, las mujeres estaban mucho más dedicadas a las cuestiones del hogar ahora además de buscar esa consolidación a nivel personal, pues, también se busca una consolidación a nivel profesional y la lucha ha sido constante las mujeres hemos ido ganando espacio también en los medios de comunicación, puedo decirte que, bueno muchos jefes de información consideran que las mujeres somos muchísimo más responsables en el desempeño de la actividad periodística que los hombres, e incluso por cuestiones de naturaleza ¿no?, a veces los hombres es más fácil que se vayan de parranda, que decidan una noche echarse unas copas y después redactar y pues con las mujeres pues es muchísimo más difícil, así opinaba por ejemplo quien fue mi primer jefe de información en Televisa el señor Raúl Hernández, cuando se trataba de asuntos de mucha responsabilidad, generalmente pensaba en mujeres por esta circunstancia, sabía que era muchísimo más difícil que las mujeres fallaran en ese desempeño porque además la actividad periodística te exige muchísimo tiempo, te exige muchísimo compromiso, y a las mujeres más, porque como en todas las áreas laborales, pues siempre esta puesto el dedo en la yaga de que bueno pues las mujeres debemos responder, con muchísima más prontitud y con muchísima más eficacia por la competencia, si puedo decirte que la mayoría de los directivos de los medios de comunicación siguen siendo, pues, hombres y por eso es que las mujeres día a día a pesar de que hemos ganado mucho espacio en cuanto a número, pero también en cuanto a desempeño, en cuanto a la calidad en el

trabajo, a las posiciones que se ocupan dentro de los medios de comunicación pues, si hemos tenido también que incrementar ese compromiso, dedicarle mas tiempo, a lo mejor sacrificar mucho a la vida personal, esos espacios que se han ganado para las mujeres en los medios de comunicación también han tenido que corresponder a un poco el sacrificio de la vida personal de las mujeres, la mayoría de las mujeres, que trabajamos en los medios de comunicación somos mujeres solteras, somos mujeres divorciadas, somos mujeres separadas, que han tenido mucho conflicto en conciliar los tiempos que te exigen los medios de comunicación con, los tiempos que pueda exigirte una pareja y un hogar, los hijos y todo este asunto que conlleva a una familia.

C.S.- Claudia, ya me dijiste un poco respecto a las mujeres que existen dentro de los mandos medios, o de dirección en los medios de comunicación, ¿qué me puedes decir respecto a los porcentajes de las mujeres en estos niveles, porque las mujeres a veces ocupan estos puestos, y a veces no tanto?

C. F.- Mira, yo creo que si hay una presencia importante, no te puedo decir que a nivel directivo, o a nivel pues de mandos medios-altos, exista una mayoría de mujeres, siguen siendo los hombres, pero yo creo que obedece un poco a la lógica de lo que es la sociedad mexicana, aquí seguimos teniendo una presencia mayoritaria de hombres en puestos ejecutivos o de dirección de jefatura, en los medios de comunicación tu lo puedes observar, hay pocas mujeres, que sean jefas de información, hay pocas mujeres que sean editoras, sin embargo ya las hay, ya hay una presencia importante de editoras, por ejemplo en periódicos, sin embargo bueno, sigue siendo muy difícil llegar a esos niveles, y creo que también obedece un poco a la propia naturaleza, las mujeres somos las que tenemos hijos, somos las que en primera instancia cuidamos a los hijos, cuando llegan a tener las profesionales de la comunicación, embarazos, bueno pues un hombre no se retira, sin embargo las mujeres si, tienen que irse de incapacidad de manera obligatoria, entonces en los medios de comunicación, la presencia es, sumamente importante, entonces yo creo que sobre todo en cuestiones de comunicación social quizás hay más presencia de mujeres, en niveles de dirección en algunos corporativos de carácter internacional, como pueden ser las áreas de comunicación de Bimbo, de Wall-Mart, también existe una presencia de mujeres ya importante en puestos ejecutivos, pero, casi siempre observas que son coordinadas, incluso, por hombres y que los puestos mas altos

los siguen ocupando hombres, y te digo, yo creo que si esta muy vinculado, no a la capacidad, sino a que las mujeres en los medios de comunicación tienen que estar mucho tiempo, pero también tienen que responder a las necesidades personales y en un momento dado las mujeres deben decidir entre tener un desempeño de tiempo completo en un trabajo como son los medios de comunicación que te exigen más que cualquier otra actividad cotidiana o común que elegir entre ello o elegir entre tu vida personal.

C.S.- ¿Tu has percibido alguna clase de sesgo o discriminación, ya sea positiva o negativa hacia las mujeres periodistas en los medios de comunicación y que crees que estos efectos tendrían en el desempeño de las mismas?

C.F.- Fíjate que no, yo en lo personal en lo que ha sido mi experiencia yo nunca he notado un sesgo de discriminación, ni tampoco de favoritismo hacia las mujeres. Siempre ha habido una constante de respeto, donde yo he trabajado, que es en Noticias Televisa, de respeto al trabajo, y de respeto a la persona de las mujeres, no solamente hacia mí sino a mis compañeras también, con una exigencia también paralela a la de los hombres, eso sí quiero decirte que en cuanto al nivel de exigencias, pues todos estamos parejos, y todos hemos entrado incluso a hacer guardias de madrugada, y desempeñado actividades que los hombres desempeñan pero siempre con un respeto, y sin sesgos de favoritismo, ni tampoco de discriminación, yo creo que en ese sentido a mí me ha tocado la suerte de que he trabajado en un lugar en donde existe ese respeto, en donde las oportunidades te las ganas sin importar si eres hombre o mujer, en donde se califica tu trabajo no necesariamente si usas falda o pantalón, pero bueno afortunadamente, creo que en varios de los medios de comunicación sin que yo te pueda generalizar, porque yo conozco que sí hay casos en los medios de comunicación en que se actúa con un sesgo sexista, no creo que sea la mayoría, ahora podemos hablar de que hay mucho más respeto hacia el trabajo de las mujeres en los medios de comunicación, que lo que había anteriormente, porque se ha demostrado con capacidad, las mujeres día a día han ganado muchos más espacios, tu puedes verlo por ejemplo en los noticieros de televisión, si tú los observas hay ahora muchas más mujeres que las que pudo haber hace 20 años, ahora sí las mujeres tienen espacios en donde pueden informar, en donde hay muchísima seriedad en la ejecución de ese desempeño, en donde se les ha dado una ventana y las mujeres han respondido excelentemente bien, y yo creo que por eso se ha logrado hacer a un lado un poco esa

actitud de los jefes sobre los directores de los medios de comunicación de actuar con sesgos porque eres o no eres mujer.

C.S.- ¿Consideras que por el hecho de ser una mujer periodista, exista algunas ventajas o desventajas, con respecto a los hombres para realizar las tareas propias de los medios de información?

C.F.- No, fijate que no, yo creo que, a lo mejor si exigen más trabajo para ti, por ejemplo, ir a cubrir una información en donde de repente pues tienes que correr por todo un llano, y pues te cuesta mucho más trabajo por la condición de la naturaleza ¿no?, pero no, o sea igualmente puede existir ahí, algunos de mis compañeros hombres, que tienen también problemas de esa índole, y que hay mujeres que tienen una gran condición pero no, mira, yo creo que a la hora de desempeñar el trabajo hombres y mujeres en el ámbito periodístico, en el ámbito de los medios de comunicación podemos tener las mismas capacidades, no encuentro que tengas desventajas, quizás hace unos años podría hablarte de que la gente te observaba como mujer periodista y a lo mejor lo tomaban con menos seriedad o creían que tu podía ser una persona menos hábil que un hombre, pero bueno con el tiempo se ha demostrado que no, la mujer tiene carácter, la mujer le entra en los medios de comunicación, en los temas y en las áreas más difíciles y le entiende y lo puede hacer mucho mejor que los hombres, tampoco creo que exista alguna ventaja especial por ser mujer, no existe tampoco en la generalidad de los espacios donde yo me desempeño unas condiciones que favorezcan más a las mujeres que a los hombres, yo creo que ahí si no podría yo hablarte de que hay desventajas o ventajas especiales en cuanto a género.

C.S.- ¿Consideras que existe algún tipo de preferencia por parte de las mujeres periodistas para desempeñar algún tipo de género periodístico en particular?

C.F.- Yo creo que no, fijate ahora las mujeres estamos muy seguras, y nos consideramos como muy capaces de entrarle a cualquier tema, yo he visto que por ejemplo en la fuente política que quizás antes era mucho más de hombres, y que era mucho más duro entrar y que era demás para las mujeres, así como de ¡uy! pues esta difícil, mejor me dedico a los espectáculos, o a la cultura que es más lo mío ¿no?, o a la sección de buena mesa o etc., No, yo creo que las mujeres ahora dependen mucho del carácter, depende mucho también de las circunstancias en las que se dé tu carrera los inicios de la misma tus prácticas

profesionales. el camino que tu vas tomando ¿no?. pero yo creo que si tu observas ahorita un panorama general en cuanto a medios de comunicación social. en cuanto a empresas privadas. en cuanto al sector público, hay presencia de mujeres en todos esos ámbitos. lo cual quiere decir que no existe una preferencia marcada. a lo mejor por las noticias soft, que antes era mucho más fácil que te encontraras mujeres porque era donde más chance se nos daba ¿no?. empezar en cosas sencillitas presentaciones de libros, exposiciones pictóricas o cuestiones que tuvieran que ver con eventos culinarios, incluso fijate que me viene a la memoria, ya las mujeres han abierto tanto su campo de acción. y ahora miran hacia todos lados. que antes no había una narradora de deportes. ¿cuándo veías a una narradora de deportes?. ahora la hay, hace poco. creo que fue Gaby Fernández. de justamente de Noticieros Televisa, a quien vimos narrar un partido de las finales o de las semifinales de fútbol, pero yo creo que las mujeres ahora ya no le tienen miedo a los ámbitos periodísticos y no creo que haya ahora una tendencia específica a desenvolverse en cierto ámbito por ser mujer.

C.S.- ¿Crees que exista alguna diferencia en cuanto al tratamiento de la información que le dan las mujeres respecto a los hombres?

C.F.- No, fijate que no, la información, vamos a ir quizás a una discusión que es muy clásica, de si el periodismo es objetivo o subjetivo, pero esa discusión es más ambigua que la diferencia en como puede tratar la información un hombre y una mujer. yo creo que no, la información es información, ósea tu tienes un tema, hay datos duros, si tu haces una investigación forzosamente vas a obtener documentos , forzosamente vas a hablar con gente que va a ser la misma gente, y no creo que por genero puedas tratar un tema de manera distinta. que los hombres, quizás, y eso quizás, no tengo la seguridad porque no hay una regla para que se de así siempre, quizás en temas que tienen que ver con feminicidios, por ejemplo lo que ocurre en Cd. Juárez. quizás lo que ocurre con las mujeres maltratadas, pues pudieran tener una sensibilidad distinta a la de los hombres por entender esos temas, pero no creo que sea sustancial, yo creo que también ahí tiene que ver mucho tu talento y tu habilidad periodística porque puede tener más talento incluso un hombre para tratar esos temas que tu, o al revés, podría haber temas en los que los hombres pudieran resultar más sensibles o más perceptivos. y hay algunos periodistas que no van a desempeñar, por el simple hecho de ser hombres un tema mucho mejor que una

mujer que es más hábil o más capaz o que investiga más que ellos ¿no?. no tampoco creo que ahí el género tampoco pueda determinar si es mejor o peor tratar ciertos temas por hombres o por mujeres.

C.S.- Respecto al tema de la aceptación y credibilidad, ¿crees que exista alguna diferencia entre hombres y mujeres periodistas, que tengan mayor, menor o igual aceptación y credibilidad, con respecto a la audiencia?

C.F.- Mira yo la cuestión de la credibilidad creo que tiene muchísimo más que ver con tu talento, también con tu trayectoria que con el asunto de si eres hombre o mujer, y si en todos los ámbitos, en los periódicos, en la radio, en la televisión vemos mujeres y hombres que tienen credibilidad, por lo que han hecho, por lo que escriben en sus columnas en sus notas periodísticas, por el conocimiento que hay entre profesionales, por el conocimiento que hay del público hacia ellos, y que no necesariamente tiene que ver, insisto, con una cuestión de género, la credibilidad se gana por otras cuestiones diferentes a las del sexo, si por supuesto que si, se ha ganado terreno, hay mujeres que tienen una amplia credibilidad en los medios de comunicación por ser honestos, por ser transparentes pero también encuentras hombres con esas características, quizás se ha ganado un poco más de terreno pero no tengo claro si tiene que ver con las características de una mujer, o con que simplemente se ha logrado ocupar esos espacios mayormente ahora que en el pasado.

C.S.- ¿Percibes algún impacto sobre la sociedad, por el hecho de que ya existan más mujeres en los medios de comunicación?

C.F.- Yo creo que si, el impacto en la sociedad de que haya más mujeres en los medios de comunicación tiene que darse de manera natural, es decir, hay una mucha mayor pluralidad, la gente tiene opciones, sobretodo en la radio y en la tele de escuchar a hombres y de escuchar mujeres en sus noticieros de radio, y el impacto que pueda haber en la sociedad para empezar, hace al público y hace a los lectores, habrá gente a la que le guste leer, o que le guste escuchar, o que le guste ver más a las mujeres, o un noticiero de un hombre, pero bueno, en cuanto a posibilidades creo que ese es un primer impacto, y el impacto que puede generarse a nivel, digamos de sociedad, de la presencia de las mujeres creo que es también de una mayor equidad, de una mayor apertura de este otro ámbito de la vida nacional hacia las mujeres, y lograr que sea reconocido el trabajo también, en los

medios de comunicación y en las personas que tengan también que ver con estas áreas de comunicación, no se me ocurre que haya un impacto determinante, pero puede haber impacto desde el punto de vista de que ahora se presenta esta posibilidad de leer y escuchar mujeres y de a lo mejor sobretodo en cuestiones de opinión en espacios donde se expresa una opinión periodística pueda contar también con esa visión femenina, que antes a lo mejor, era mucho más reducida o de plano no existía.

C.S.- ¿Tienes algún comentario adicional acerca de la participación de las mujeres, primero en los medios de información, y luego en la sociedad?

C.F.- Mira no tengo mayor comentario, sin embargo quiero decirte que, estoy orgullosa de ser parte de las mujeres que trabajamos en los medios de comunicación que si he adquirido un compromiso mayor por ser mujer, y por ganar espacios para las mujeres, por demostrar profesionalismo, y demostrar capacidad, y me siento orgullosa también de que las mujeres hayan logrado en la sociedad ocupar espacios que antes les eran negados, en muchos ámbitos, en el deportivo o en el político, en el periodístico, en el médico, en el científico, digo, creo que el impacto positivo que ha habido del desempleo de las mujeres, hace que existan mejores condiciones de vida para el sexo femenino en esta sociedad que ha costado mucho trabajo porque, ha sido una sociedad típicamente machista que difícilmente acepta a las mujeres trabajando, a las mujeres creciendo, a las mujeres siendo en ciertos ámbitos y en ciertas especialidades, mejor que los hombres en cuanto a desempeño, me siento orgullosa de que sea así y creo que las mujeres debemos de seguir por ese camino, tratando de conquistar, o sea no dar pasos atrás, tratando de ir adelante y de superar cosas, a veces hay reveses sobretodo a las personas más visibles, las políticas, por llamarlas de alguna manera, se equivocan y el impacto es negativo hacia el sexo femenino en general, y es como estar en la lucha, todos los días, por conservar y por ampliar esos espacios para las generaciones futuras de mujeres.

C.S.- Agradecimientos.

Marielena Meneses

31/05/05

C.S.- ¿Cuál es tu nombre?

M.M.- Mi nombre es Maria Elena Meneses Rocha

C.S.- ¿En qué medios has laborado?

M.M.- Empecé a trabajar hace ya casi 20 en la televisión pública en México, específicamente en el canal 11, después del canal 11, estuve unos 4 meses desempleada, y por alguna razón por amistades, etc., se me presentó la posibilidad de trabajar con la cadena de televisión en español más grande de toda América Latina como corresponsal para México y Centro América, que es la cadena Ambición, fundamentalmente han sido los medios he trabajado, también he hecho trabajos periodísticos, como le denominamos freelance, para la cadena CNN, para la cadena Hbc que es la Hispanic Broadcasting Company, para algunas revistas, etc., pero como trabajadora eventual.

C.S.- ¿Me gustaría saber tu impresión acerca de la participación de las mujeres en los medios de información, como ha evolucionado, hacia donde va esta participación como las ves hace 20 años, actualmente, en el futuro?

M.M. Tiene 2 caras, la participación femenina en los medios de información, tiene una parte positiva y otra no tanto, la parte positiva es que cada vez hay más mujeres incorporadas a los medios, esto en sí para el género es muy alentador, el hecho de que una profesión que antes del 68 quiero suponer, si nos ubicamos en nuestro país, pues era fundamentalmente masculina, a partir de los 70-80, comienza a haber una irrupción de mujeres a los medios de comunicación esto es importante por el género y por la disciplina, porque pese a que creo en la igualdad, en lo fundamental, pienso que algunas cualidades femeninas, como la honestidad, como la rectitud están siendo poco a poco incorporados al periodismo en México, pero por otro lado si tu miras los cargos directivos, si tu miras los salarios, aquí hay una muy mala distribución en cuanto a género, son más los hombres directivos, más los hombres editores que las mujeres, las mujeres usualmente somos reporteras, y de ahí difícilmente pasamos a un cargo de mayor responsabilidad, en México hay casos excepcionales como el caso de Carmen Lira, el caso de Socorro Díaz que mucho años dirigió un periódico en México, pero si tu miras la

distribución de los puestos directivos en los medios, están fundamentalmente en manos de personajes de género masculino, y esto tiene mucho que ver con lo que es la profesión, es una profesión muy difícil, y de por sí para el hombre es muy difícil, porque tú tienes que casar con el periódico, o con la estación de radio y televisión, pues a una mujer, una vez que se convierte en madre o tiene una pareja, pues necesariamente tiene que tomar una decisión, porque el periodismo es una profesión altamente demandante que yo comparo mucho con la profesión médica, es de entrega total, muchas veces la maternidad, nos saca de la jugada y a veces es incompatible llevar una familia y al mismo tiempo poder llevar un medio.

C.S.- ¿Cuál es tu percepción acerca del porcentaje de las mujeres que participan en los medios de información, refiriéndonos a mujeres periodistas, mujeres en mandos medios y a mujeres en puestos de alta dirección?

M.M.- Mira yo no tengo los datos duros, pero si lanzo una hipótesis de cuando fui redactora en jefe de noticias del canal 11, han de haber sido una redacción compuesta en un 60% de mujeres redactoras y reporteras pero no había en mandos medios, me encontraría yo la única, y en mandos altos era igual.

C.S.- ¿Percibes alguna clase de sesgo o discriminación, ya sea positiva o negativa hacia las mujeres periodistas en los medios de información?

M.M.- Si, Definitivamente si, vivimos en un país machista y eso no se puede negar, y ha sido esta una profesión "coptada", desde que se inicia, hagamos un recuento de la revolución los grandes periodistas eran hombres, hasta tiempos más contemporáneos ha sido una profesión dominada por los hombres, y vamos un país, el voto se les da a las mujeres en el 53 ¿no?, somos el reflejo de todo un desarrollo político y cultural en el país, entonces a las mujeres periodistas hasta hace muy poco tiempo no se les tomaba en serio, yo creo que esto está cambiando pero muy lentamente, no se les tomaba en serio, eran muchas caras bonitas, mucho acoso sexual por parte de los hombres y sobretodo mantenerlas en puestos bajos, yo creo que cuando tú hablas de mujeres periodistas realmente son reporteras, el grueso porque en mandos medios y en mandos directivos son escasísimas, si hay discriminación mucha discriminación.

C.S.- ¿Has percibido alguna ventaja o desventaja de las mujeres periodistas con respecto a los hombres al momento de estar realizando tareas propias del género periodístico?

M.M.- No, desventaja ninguna, yo creo que estamos en igualdad de circunstancias, un hombre y una mujer pueden cubrir perfectamente un conflicto social, una guerra, las desventajas aquí de las mujeres van en otro orden por condiciones propias de su género es muy difícil aceptar cubrir un conflicto, aceptar una asignación en África si tienes por ejemplo hijos, es más sencillo que lo haga un hombre más fácil a que lo haga una mujer, por los roles que nos toca jugar en la sociedad contemporánea, esto no se puede negar, los que se alistan para cubrir conflictos armados en su mayoría son hombres, a mi me toco vivir mucho la cobertura de Haití, la cobertura de los Balcanes, la cobertura de las guerras en Medio Oriente, usualmente es más fácil que se alisten hombres a que se alisten mujeres por las razones que te comento.

C.S.- ¿Consideras que existe algún tipo de preferencia por parte de las mujeres periodistas para desempeñar algún tipo de género periodístico en particular?

M.M.- Lo que pasa es que esto no depende mucho de las mujeres en sí, cuando tú empiezas a vincularte con un medio, aquí viene parte de la discriminación, ¿ah es mujer? Pues que se vaya a las secciones blandas al soft news ¿no?, que tiene que ver pues con todo lo que son espectáculos, cultura también si lo quieres ver así que me perdonen los periodistas culturales, y como que hard news esta reservado para los hombres, eso es un hecho.

C.S.- Respecto al tema de la aceptación y credibilidad, ¿tú crees que exista alguna diferencia entre hombres y mujeres periodistas, que tengan mayor, menor o igual aceptación y credibilidad, con respecto a la audiencia?

M.M.- Yo creo que en los últimos años sobretodo en la radio ha habido una aceptación muy grande hacia las mujeres pero eso también tiene mucho que ver con el tipo de audiencia, las audiencias por ejemplo de la radio son fundamentalmente femeninas entonces hay aquí una especie de verse en el espejo entonces si hay mucha aceptación en la mujeres por ejemplo en la radio, en la prensa escrita no tengo mucha idea, yo creo que son más las plumas de hombres, sería maravilloso hacer una investigación sobre quienes firman, me parece que son más hombres, y en la televisión hay una muy buena aceptación por parte de las mujeres también porque buena parte de la audiencia son mujeres. Sin embargo Alatorre sigue siendo hombre y López Dóriga sigue siendo hombre

yo quisiera ver que día va a llegar una mujer a ser la líder de opinión de los grandes conglomerados mediáticos.

C.S.- ¿Tú crees que existe algún impacto diferente del trabajo de las mujeres periodistas en la sociedad en general?

M.M.- Si, definitivamente hay un impacto y esto es la atracción del mismo género como televidente, como radio escucha y como lectora por la confianza (se interrumpe), yo creo que si hay porque antes de la aparición de la televisión o sea en los años 50, el público fundamentalmente estaba compuesto por hombres, comienza el boom del medio por excelencia que es el que yo denomino que es la televisión, y se comienza a crear también un grupo de audiencia femenina, este es el gran impacto, la atracción del género femenino hacia los medios y por otro lado la cobertura de algunos aspectos que yo creo que no serían cubiertos igual por un hombre como es el caso del feminicidio de C.d. Juárez, etc., la atracción a la agenda de algunos problemas que tienen que ver con la discriminación y la intolerancia en nuestra sociedad, yo creo que eso pudiera ser, claro eso esta sujeto a que se demuestre pero me parece que pudieran ser buenas hipótesis.

C.S.- ¿Tú crees que exista alguna diferencia en cuanto al tratamiento de la información que le dan las mujeres respecto a los hombres?

M.M.- El tratamiento yo creo que sería igual, aquí lo importante son los temas que lleva a la agenda las mujeres periodistas, que tienen mucho que ver con la tolerancia, igualdad de género, el aborto, etc., y toda esta serie de temáticas.

C.S.- ¿De alguna forma consideras que la participación de las mujeres esta ayudando o promoviendo una equidad de género o no tanto dentro de los medios como en la sociedad en general?

M.M.- Yo creo que si tiene un impacto importante, el hecho de que haya mujeres trabajando en los medios aunque sea en mandos bajos hasta ahora, trae a la agenda temas muy importantes que promueven indiscutiblemente la democratización vamos, la democratización pasa por la igualdad de género, pasa primero por esa democracia, entre hombres y mujeres esa igualdad, y al traer a la agenda ese tipo de tópicos definitivamente hay un impacto muy importante.

C.S.- ¿Tú consideras que impacta la participación de las mujeres periodistas en este mismo concierto de la equidad de género?

M.M.- Pues mira yo creo que si, por ejemplo los grandes conglomerados no se han atrevido a tener una lidereza de opinión, yo soy de las que pienso que una Carmen Aristegui al frente del Noticiero Televisa sería fantástico, pero los conglomerados, los dueños no se han atrevido a hacerlo, por estigmas, Adela Micha por ejemplo a veces tiene productos periodísticos muy buenos, y sin embargo sigue estando en un canal de cuarta que es el canal 4, entonces si bien si se promueven valores y agenda de temáticas altamente femeninas y de igualdad de género, por otro lado siguen estando discriminadas, entonces pues ahí yo creo que es una pregunta muy difícil de responder, Adela sigue estando en el canal 4, Aristegui ya ni sale, entonces hay, vamos las plumas en la prensa escrita me parece que son altamente masculinas, y en la radio si se ve una participación mucho más amplia de las mujeres, es un error de los dueños de los medios, deberían de promover más la participación de las mujeres, por ejemplo en la Internet, tenemos en México dos grandes portales "el Universal" y "el Reforma", y una buena parte de los internados son mujeres, la Internet es un fenómeno altamente femenino, el hombre sale a trabajar, la mujer es ama de casa y ha encontrado una razón y una fuente de socialización muy importante en la Internet, pero como que los dueños como son hombres no se han percatado de ese fenómeno.

C.S.- Agradecimientos.

Laura Suárez

30/05/05

C.S.- ¿Cuál es tu nombre?

L.S.- Mi nombre es Laura Guadalupe Suárez Sánchez

C.S.- ¿En qué medios en los que actualmente estas laborando?

L.S.- Yo trabajo en Televisión Azteca desde hace 8 años, antes trabajé en la agencia Proceso de la revista Proceso y trabajé en el periódico Novedades, fui colaboradora también de La Jornada, y de otras revistas hasta que ingrese en 1997 en Marzo a Televisión Azteca, con la dirección de espectáculos dirigida por Patricia Chapoy.

C.S.- ¿Me gustaría saber tu impresión acerca de la participación de las mujeres en los medios de información, como ha evolucionado, hacia donde va esta participación como las ves hace 20 años, actualmente, en el futuro?

L.S. Pues mira, yo creo que la mujer ha adquirido una capacidad enorme de presencia y posicionamiento en los medios de comunicación, mucho más en la televisión, en la radio también, siento que son los medios en los cuales son las mujeres las que le han tomado los micrófonos para hablarle al gran público que es la mujer porque la televisión por lo menos en el caso de nosotros, se construye en gran medida, en un 45-57%, de audiencia femenina entonces son las mujeres las que yo creo que desde hace casi una década están posesionándose en la televisión al frente de los programas, yo te puedo poner como ejemplo que, en esta oficina, que es el estudio de espectáculos, laboran 110 personas, y casi todos los cargos directivos están colocados aquí en mujeres, y tengo quizás 35 compañeros hombres, o sea, en la mayoría somos mujeres.

C.S.- ¿Cuál es tu percepción acerca del porcentaje de las mujeres que participan en los medios de información, refiriéndonos a mujeres periodistas, mujeres en mandos medios y a mujeres en puestos de alta dirección?

L.S.- Mira yo no tengo los datos duros, pero si lanzo una hipótesis de cuando fui redactora en jefe de noticias del canal 11, han de haber sido una redacción compuesta en un 60% de mujeres redactoras y reporteras pero no había en mandos medios, me encontraría yo la única, y en mandos altos era igual.

C.S.- Bueno caray, no sé si tenga un poquito que ver el género al que se están dedicando, pero sigamos adelante. ¿Tú percibes alguna clase de sesgo o discriminación, ya sea positiva o negativa hacia las mujeres periodistas en los medios de información a lo largo de tu trayectoria?

L.S.- Mira yo cuando inicié a la agencia proceso, me encontré con un grupo de puros hombres de 50 años para arriba, eran tiempos de Julio Scherer, cuando él era director de la revista, la única persona amable, era él, el mismo director, sumamente amable, y el resto no es que fueran prepotentes, pero estaban rodeados de una soberbia y un machismo, que destacaba mucho, yo recuerdo que en la agencia el director de la misma era Carlos Marín, que es un gran periodista y es un gran editorialista, Carlos Marín cuando yo ingresé a la agencia gracias a Floylán López Narváez, que era director de análisis de la revista, me dijo: este sí, pero como es mujer, vamos a colocarla en algo donde no se le rompan sus uñitas, vamos a hacer algo que ella pueda hacer fácil que pueda acceder a eso, va a hacer deportes, pero deportes en el sentido en donde ella no tenga que romperse ni una uña, entonces me mando a cubrir tenis, porque esa era mi función, yo cubría espectáculos y tenis en deportes, era colaboradora de estas dos secciones para esta agencia, que emitía más de 25 periódicos en ese momento, y ese hombre con su comentario me dio una idea, o su comentario resume lo que pensaban, las personas, hombres hace 10 años ¿no?, este, él (Carlos Marín, hoy director del periódico Milenio) era demasiado duro en sus comentarios, porque veía tu condición femenina, su comentario yo creo que habla mucho de lo que pensaban ¿no?, y sigue pensando gran sector de la prensa escrita, porque yo empecé en prensa escrita, nunca pensé que yo iba a dirigir en la televisión y mi medio era la prensa escrita, y ese medio específicamente la revista proceso, era pues yo creo que un reto para cualquier estudiante de periodismo que quería destacar, ingresar ahí, a ese gran podium que se nos había dicho que era de periodismo político y era un semanario de libertades ¿no?, con esa idea uno entra ahí, cuando uno ingresa ve que la realidad es muy diferente, porque no es ni siquiera ese semanario de política tan grande, y que las personas que lo han llevado a cabo, a lo mejor son excelentes periodistas pero como seres humanos tienen una calidad miserable, de verdad, y yo me he encontrado a Carlos Marín aquí en maquillaje de Televisión Azteca, cuando ha venido a hacer la entrevista con el señor Sarmiento, y de verdad a ellos les

chocaba la televisión y después verlos haciendo su periódico Milenio una vez a la semana en Televisa, pues eso te habla no de los procesos de un ser humano y un periodista puede tener, pero bueno volviendo al tema, la discriminación en mi caso se dio directamente con este personaje fue así contundente, yo quedé instalada en cubrir deportes (tenis), porque esta persona considero que mis uñas no tenían que romperse, y que tenía que ser de esa manera, entonces sí, si hay discriminación, todavía hay sobre las mujeres.

C.S.- ¿Tu lo percibes en tu medio, pero tu me cuentas que en televisión Azteca las cosas son como muy diferentes no?

L.S.- Bueno, en Televisión Azteca toma en cuenta que mi directora general es una mujer, entonces nunca permitirá una discriminación contra una mujer, pero, de que el medio continúa siendo, te das cuenta, en Televisión Azteca, la única directora general es Patricia Chapoy, el resto son hombres, entonces sigue habiendo un predominio de hombres en los cargos más importantes, aunque las mujeres son casi el 80 o 70 % de la mayoría de empleados dentro de cualquier empresa.

C.S.- ¿Has percibido alguna ventaja o desventaja de las mujeres periodistas con respecto a los hombres al momento de estar realizando tareas propias del género periodístico?

L.S.- No, porque si fuera yo una mujer hermosísima, y fuera yo una mujer con mi cuerpo todo operado, a lo mejor te diría que sí, me valdría yo de esas armas ¿no?, para elaborar el periodismo que yo hago, pero no, realmente no, nunca he sentido una diferencia entre mis compañeros hombres y yo, creo que aceptan ellos más bien las entrevistas, porque te conocen, más bien la diferencia es la inteligencia que muestras en ellas o la profundidad que muestras en tus entrevistas, y eso es lo que yo me he encontrado en los entrevistados que me han abierto sus puertas. C.S.- ¿Tú consideras que existe algún tipo de preferencia por parte de las mujeres periodistas para desempeñar algún tipo de género periodístico en particular?

L.S.- Yo pienso que sí, por lo menos en el ámbito de los espectáculos esta mucho más llena, o se encuentra mucho más la presencia de mujeres periodistas, que en la política, o que en la economía quizás, porque en deportes veo que hay muchísimas mujeres también, pero sí, si es un género que atrae más a mujeres, a lo mejor por la facilidad, entre comillas, que se piensa que existe, de tomar un micrófono o una grabadora y de dirigirte a abordar a un artista, de cualquier tema de cualquier tema, pero cuando de veras se trata de

hacer un trabajo extenso profundo y serio son muy pocas personas las que yo creo que existen o tienen esos cargos de personas con credibilidad.

C.S.- ¿Tú consideras que las mujeres periodistas le dan un tratamiento diferente en comparación con sus compañeros hombres?

L.S.- Si, yo pienso que si, de entrada ya la genética humana establece diferencias, entre un hombre y una mujer, el hombre piensa de manera cuadrada, y con todo respeto es así, porque solamente tiene un gen, nosotras tenemos dos genes eso hace que nuestro pensamiento sea abierto, y que de una posibilidad existan para nosotras 15 más, el hombre solamente piensa en una, entonces yo creo que los reportajes se forman de manera diferente, en base a eso, la mujer tiene también la gran, gran alternativa de ser madre, de vivir una maternidad y por ende te hace un poco más humana, yo creo que eso si marca diferencia, una, no me imaginaría una revista Quien dirigida por un hombre, o sea no, ni una revista Caras dirigida por un hombre, generalmente es como una mujer, porque tiene ese sentido de la belleza ¿no?, del glamour, tiene ese sentido de la humanidad también, de la maternidad, y es como que un poco más amena, o un poco más humana para tratar ciertos temas.

C.S.- Respecto al tema de la aceptación y credibilidad, ¿tú crees que exista alguna diferencia entre hombres y mujeres periodistas, que tengan mayor, menor o igual aceptación y credibilidad, con respecto a la audiencia?

L.S.- Si, una mujer, y eso te lo digo porque los análisis de audiencia que a nosotros nos entregan y que los elaboran en base a los programas, así lo arroja el público, una mujer tiende a tener mayor confianza, tiende a generar mayor acercamiento, calidez y por ende la gente le cree en lo que esta diciendo en lo que respecta a la televisión, un hombre no, un hombre tiene que tener ciertas características muy bien identificadas, que tenga una gran trayectoria en los medios de comunicación para que sea creíble, para que se le vea como a un profesional, pero digieren más a las mujeres que sean presentadoras, las aceptan con mucha más facilidad que a un hombre eso es en general en el público, hombres y mujeres.

C.S.- ¿Tú crees que existe algún impacto diferente del trabajo de las mujeres periodistas en la sociedad en general?

L.S.- Yo creo que si, si porque se habla de otros mucho temas que antes no los hablábamos, yo soy una persona que nació en los 70's, y me acuerdo perfectamente que en aquel momento se estaba llevando apenas la liberación, la que decían de la mujer de la casa al trabajo, y muchos, todavía disfrutamos nuestras madres en la casa pero vi compañeros que también sus madres ya empezaban a trabajar, hoy en día en mi trabajo yo veo compañeros que fueron criados en guarderías, y que las mujeres se ve un cambio total, no se hablaba de los temas sexuales, no se hablaba de tratamientos de cabello, que aparte a lo mejor se les hacen muy banales, no se hablaba del cuidado del cuerpo, no se hablaba de la cutaniasia, no se hablaba de temas serios, de las industrias televisivas o de las industrias ganaderas x, yo creo que el hecho de que la mujer ha ido en estas últimas tres décadas tomando puestos de trabajo importantes y dedicándose muchísimo a la comunicación, esta carrera de la comunicación, yo creo que sí nos hace ver temas muy diversos que antes no se tocaban, que antes eran netamente masculinos y que hoy día no es así, hoy día ves una variedad de todos los temas en infinidad de revistas, de periódicos, de programas dirigidos, mucho para la mujer.

C.S.- ¿De alguna forma consideras que la participación de las mujeres esta ayudando o promoviendo una equidad de género o no tanto dentro de los medios como en la sociedad en general?

L.S.- Mira no me atrevería a decir que lleve a cabo una equidad de género porque son costumbres, y ahí entras en una costumbre de un país entero, donde si bien existe un matriarcado formado por la mujer mexicana, que todavía hoy sigue siendo la persona, que lava, que plancha, que cuida a los hijos, ahora también ya es una persona que trabaja que le paga, pero sigue teniendo la carga de la casa en las manos, yo no hablaría tanto de esa equidad de género, por eso no me atrevería a decir eso, si la participación que se ha incrementado de la mujer en las últimas décadas, lo que si ha hecho yo creo que es nivelar un poco lo que son los sexos en los medios de comunicación, no tener solamente puras revistas políticas o deportivas o solamente se trata de esos temas, sino, se habla de otras cosas, gracias a la participación que hay en el incremento de las mujeres a lo largo de dos décadas.

C.S.- La labor del periodista siempre exige un sacrificio una disciplina, ¿tú percibes alguna diferencia de este tipo de sacrificio, de este tipo de costos personales, entre los hombres y las mujeres periodistas?

L.S.- Si yo lo veo como que mis compañeros, pues sí, mira cuando yo empecé en esta carrera López Narvárez me dijo, una mujer en el periodismo no dura más que 7 años, porque quiere, su reloj biológico la obliga a ser madre, se casa, se enamora y no puede ejercer su profesión, eso se me quedó muy grabado, yo tengo 10 años de profesión, soy madre soltera, tengo una niña de 5 años de edad y todavía no me he ido y ya pasaron los 7 años, y no creo terminar esta profesión, no creo noto muchas diferencias, si, las mujeres son demasiado entregadas son muy disciplinadas, son personas muy responsables, mucho más que los hombres, los hombres no, los hombres son dedicados a habilidades que les gustan, pero no al trabajo, y la mujer sí, la mujer es sumamente responsable, en general, tu o tus colaboradoras son mujeres, en el caso mío, son mayormente mujeres que hombres confió más en ellas que en un hombre y son más responsables las mujeres que un hombre entonces veo diferencias en ese sentido ellas lo que si pueden es tener quizás, es el desgaste físico de una cobertura 24 x 24 horas o sea 48 horas continuas, pero aún ahí también una mujer resiste entonces solamente eso, o solamente los golpes cuando vas a una cobertura donde sabes que es peligrosa y van a golpear quizás ahí el hombre se enfrenta más rápido a policías o tiene un sentido de defenderse distinto que una mujer, pero en lo demás yo creo que si hay una diferencia que si impone que es eso disciplina, responsabilidad, creatividad la mujer tiende a ser mucho más creativa que el hombre, en este medio.

C.S.- Agradecimientos.

ANEXO 2

Estudio de realizado por Comunicación e Información de la Mujer, A. C. (Cimac), sobre la inequidad que reflejan los medios de comunicación entre hombres y mujeres.

Primera Parte

Las mujeres como tema de noticia

¿Cuántas Mujeres?

Al desglosar las notas por sexo del o la protagonista, se observó que las mujeres representan el 16% del total; la confrontación de los 3 periódicos indicó que los porcentajes entre ellos son muy parecidos. Estos datos sostienen que la presencia de las mujeres en el quehacer público en términos reales es escasa.

¿En qué secciones aparecen las mujeres?

Política	34%
Internacional	15%
Capital	13%
Espectáculos	11%
Deportes	10%
Cultura	8%
Estados	7%
Sociedad	2%
Economía	0%

¿Qué mujeres son protagonistas de la nota?

Academia	11%
Arte	24%
Candidata	3%
Deportistas	17%
Empresarias	3%
Espectáculo	78%
Funcionaria Estatal	0%
Funcionaria Federal	11%
Funcionaria Internacional	5%
Funcionaria Local	25%
Líderes Mujeres	18%
Narcotráfico	1%
Otros	44%

Segunda Parte

Las mujeres que escriben noticias

¿Cuántas mujeres escriben en la prensa?

Reportera	30%
Reporteros	42%
Notas de Agencias de noticias	27%
Otros sin especificar	1%

Periódico	Reporteras	Reporteros	Agencias de Noticias
<i>La Jornada</i>	17%	46%	37%
<i>Reforma</i>	15%	40%	45%
<i>Milenio</i>	14%	39%	42%

¿De quién escriben las mujeres?

El 90% de las notas escritas por reporteras tienen como protagonistas a sujetos masculinos, lo que indica que tan sólo el 10% de las reporteras tienen por tema a las mujeres. De las notas de las agencias de información, el 10% hablan sobre mujeres, mientras que solamente el 7% de las reporteras de las agencias son mujeres.

¿De qué personas escriben las reporteras?

Academia	2%
Artista	7%
Candidata/o	24%
Deportistas	4%
Empresarias/os	0%
Espectáculo	11%
Funcionaria/o Estatal	4%
Funcionaria/o Federal	14%
Funcionaria/o Internacional	4%
Funcionaria/o D. F.	7%

Líderes	12%
Narcotráfico	1%
Otros	10%

¿Dónde escriben las mujeres?

Sección	Reporteras	Reporteros
Política	37%	52%
Economía	51%	42%
Cultura	34%	43%
Sociedad	35%	61%
Estados	36%	52%
Capital	47%	41%
Internacional	10%	12%
Deportes	9%	39%
Espectáculos	29%	32%

¿De qué escriben las mujeres?

Ámbito	Reporteras	Reporteros
Salud	20%	32%
Educación	44%	44%
Ciudadanía	35%	41%
Mujer y Familia	43%	28%
Medios de Comunicación y Cultura	25%	41%
Estudios	27%	45%

Legislativos		
Participación Económica	40%	30%
Medio Ambiente y Vivienda	100%	0%
Prevención y Combate a la Violencia	33%	33%