The Wayback Machine - https://web.archive.org/web/20140720113108/http://razonypalabra.org.mx/anteriores/n61/va…

RAZÓN Y PALABRA
PRIMERA REVISTA ELECTRÓNICA EN LATINOAMÉRICA ESPECIALIZADA EN COMUNICACIÓN
ISSN 1605 - 4806

México Julio 20, 2014

Inicio

PERCEPCIÓN DE LA REALIDAD SOCIOPOLÍTICA DE LA MUJER A TRAVÉS DE SU PROTAGONISMO EN LOS MEDIOS

Por Elena Blanco Castilla et. Al.
Número 61

Los medios de comunicación tienen un papel crucial en la configuración de la imagen de la mujer y, consecuentemente, una gran responsabilidad para garantizar que la percepción que los ciudadanos reciben de ella se adecue a la realidad. Se espera de estos que, sobretodo, actúen como factor de cambio e impulsores de la igualdad efectiva, mediante un enfoque de la mujer que se aleje de los estereotipos, de los patrones culturales tradicionales, para representarla de manera acorde a los avances logrados. Los medios pueden ayudar a inculcar en la población la idea de que la incorporación plena de la mujer a la vida laboral y política contribuye a hacer avanzar a la sociedad. El Plan de Acción de la Unión Interparlamentaria (UIP), de 26 de marzo de 1994 (http://www.ipu.org), ya se pronunciaba en este sentido y alentaba a los medios a divulgar que la participación de la mujer en la vida política es una parte esencial de la democracia.

Entre los avances más importantes logrados y con mayor incidencia en la andadura hacia la igualdad de la mujer destacan, sin duda, la educación, cuyos niveles crecen en todo el mundo, la actividad laboral y política y, sobre todo, la promulgación de normas que eviten la discriminación y promuevan la equiparación. En cuanto a la actividad laboral, a pesar del incremento de los últimos años, los datos no muestran una diferencia numérica importante, aunque sí se mantenga una brecha respecto a la cualificación de los puestos de trabajo ocupados y a los salarios percibidos, principalmente. Pese a lo anterior, los estudios realizados señalan un avance en la incorporación de la mujer al mercado laboral, aunque este crecimiento sea muy lento.

El realizado, por ejemplo, por la Unidad de Tendencias del Empleo de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)1 analiza la situación del mercado laboral femenino en los últimos diez años y concluye que la disparidad existe. El informe señala que en 2007 trabajaban 1.200 millones de mujeres en todo el mundo, 200 millones más que en 1997, lo que significa un crecimiento del 18,4%. No obstante, el total de mujeres desempleadas creció, en ese mismo periodo, de 70,2 millones a más de 81,6 millones. En términos absolutos, y de manera aproximada, en 2007 vivían en el mundo unos 2.400 millones de mujeres mayores de 15 años e igual cantidad de hombres: aunque sólo había 1.200 millones de mujeres empleadas, frente a los 1.800 millones de hombres en esa situación.

Participación política

La incorporación de la mujer a la actividad política es otro avance importante e imparable que, sin duda, tiene ya una repercusión positiva en el camino de la igualdad. Barómetro de este importante factor dinamizador es el porcentaje de mujeres que compone los parlamentos del mundo, que crece de manera lenta pero constante. Los datos recopilados por la Unión Interparlamentaria2 indican un crecimiento del 2% en los últimos tres años y de un 6,4% desde 1995. En la actualidad se registra una presencia del 17,7%, frente al 15,7% de 2005 y del 11,3% contabilizado en 1995.

La presencia de las mujeres en las cámaras se vincula ya con la mayor atención a las cuestiones de género en las agendas legislativas de muchos países, lo que repercute también en el incremento de los presupuestos destinados a políticas de igualdad y a la erradicación de la violencia machista. Así sucede, entre otros, con los recursos que la Organización de las Naciones Unidas (ONU) destina a combatir la violencia contra las mujeres. Gestionados por el Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer (UNIFEM)3, casi se han quintuplicado en un año y han pasado de 3,5 millones de dólares en 2006 a 15 millones en 2007. El objetivo de este fondo es alcanzar los 100 millones de dólares para 2007.

No obstante, en cuanto a la evolución de la presencia de la mujer en los parlamentos del mundo, se observa que es

más importante en las zonas de mayor desarrollo y en las que existen normas que impulsan y fomentan la igualdad o en las que tienen una mayor tradición democrática. Son características muy importantes para posibilitar una mayor participación.

Tabla 1. Mujeres en los parlamentos por zonas geográficas

MUJERES EN LOS PARLAMENTOSSingle Houseor lower HouseMuMu	**Single Houseor lower House Cámara baja**	**Upper House Cámara alta or Senate o Senado**	**Both Houses Cámaras combined combinadas**
Países nórdicos	41.4% 41,4%	--- ---	--- ---
Europa - países miembros de la OSCE (países nórdicos incluidos)	20.9% 20,9%	17.9% 17,9%	20.3% 20,3%
América	20.7% 20,7%	20.1% 20,1%	20.6% 20,6%
Europa - países miembros de la OSCE (países nórdicos excluidos)excluding Nordic countries	19.0% 19,0%	17.9% 17,9%	18.8% 18,8%
17.3% África subsahariana	17.3% 17,3%	21.2% 21,2%	17.7% 17,7%
16.9% Asia	16.9% 16,9%	14.8% 14,8%	16.7% 16,7%
Pacífico	12.9% 12,9%	31.8% 31,8%	15.0% 15,0%
9.6% Estados Árabes	9.6% 9,6%	7.0% 7,0%	9.0% 9,0%
Fuente: Unión Interparlamentaria. Elaboración propia.			

Por países, es significativo que sólo cuatro en todo el mundo sean los que superan el 40% de mujeres en sus cámaras legislativas: Ruanda, Suecia, Finlandia y Argentina. Los tres últimos responden, en mayor o menor medida, a los factores antes expuestos, Argentina sobre todo por su sistema de cuotas en las listas electorales. Pero Ruanda supone un caso especial, consecuencia del conflicto de 1994 entre las etnias tutsi y hutu. La necesidad hizo que las mujeres ocuparan puestos de decisión, lo que facilitó que se pudiera establecer un régimen electoral que introdujo el sistema de cuotas.

Tabla 2. Países que superan el 40% de representación

Country País	**Lower or single House Cámara baja**			
	Elections Elecciones	**Seats* Escaños**	**Women Mujer**	**% W %**
Rwanda Ruanda	10 2003 10/2003	80	39	**48.8% 48,8**
Sweden Suecia	9 2006 9/2006	349	164	**47.0% 47,0**
Finland Finlandia	3 2007 3/2007	200	83	**41.5% 41,5**
Argentina	10/2007	255	102	**40.0% 40,0**
Fuente: Unión Interparlamentaria. Elaboración propia.				

Los casos de Argentina y Ruanda evidencian como la instauración del sistema de cuotas en las listas electorales o de cualquier otro tipo de mecanismos que garanticen la incorporación de las mujeres a espacios de representación política facilitan el camino de la igualdad. Sin embargo, no siempre estas medidas cuentan con el apoyo de todos los colectivos, lo que sin duda ralentiza su aplicación. Un ejemplo en este sentido es el caso de Chile, cuyo gobierno preside una mujer, pero donde se produce cierto rechazo hacia estas políticas. Colectivos feministas del país[4] incluso

dudan de que la presidenta Michelle Bachelet las defienda, ya que ha abandonado la paridad de su gabinete, instaurada cuando asumió la presidencia. Actualmente, de sus 22 miembros, sólo 9 son mujeres.

Escasa presencia e imagen estereotipada

Es evidente que, en cualquier caso, el esfuerzo realizado y el camino recorrido hacia la igualdad total y efectiva son enormes y minimizarlos en los medios de comunicación no contribuirá a su culminación. Por todo ello, parece importante analizar los contenidos que publican respecto a la mujer: total de noticias que protagonizan, tipología de los hechos informativos y su jerarquización en la agenda temática, al margen de otros factores que también influyen sobremanera en la imagen de la mujer, como es la publicidad sexista que inunda todavía los medios de todo tipo. Los estudios realizados sobre este asunto señalan que la mujer tiene un protagonismo todavía muy inferior al del hombre, a pesar del nivel de equiparación alcanzado en muchos países. El estudio del Proyecto de Monitoreo Global de los Medios (GMMP)5 de 2005, uno de los más ambiciosos de cuantos se realizan sobre la presencia de mujeres en la información que circula por el mundo, establece esta media en un 21% en lo que a prensa se refiere.

No obstante, este estudio incluye todas las informaciones en las que se cita a una mujer, al margen de que tenga más o menos relevancia. Pero si el análisis se circunscribe a las informaciones cuyos títulos y fotografías protagonizan una mujer, la cifra se reduce hasta el 2,9%6. Es importante el enfoque de este análisis porque ambos elementos paralingüísticos son los que fijan la atención del lector de un periódico, que continuará la lectura del texto si estos han logrado captar su interés. En cualquier caso, parece necesario que, en líneas generales, se puedan alcanzar criterios de análisis comunes cuando se trata del estudio de los medios. Este extremo es uno de los objetivos del proyecto de I+D del Ministerio de Educación y Ciencia de España (SEJ 2006-141561) titulado “Nuevos escenarios en la investigación aplicada al estudio del sistema de medios”.

Los medios de la muestra pertenecen a países con situaciones socioeconómicas y políticas muy distintas, pero los resultados que se obtienen en cuanto al protagonismo de la mujer no son muy diferentes. Mayoritariamente refuerzan un rol estereotipado, consecuencia del alto porcentaje de personajes relacionados con el mundo del cine y de los espectáculos en general amén de otras profesiones tradicionalmente relacionadas con la mujer. Por otro lado, la importancia concedida al texto informativo, en cuanto a su jerarquización, longitud y ubicación en la página, ofrece un balance negativo, ya que se trata de textos cortos y mal situados, fuera en todo caso de los lugares preferentes. En líneas generales, se observa en ambos estudios que mayoritariamente la imagen que se ofrece de la mujer no es equiparable a la del hombre en el porcentaje de informaciones que protagonizan ni en el tratamiento recibido, en el sentido de que parecen aferrados a una imagen estereotipada, supeditada a imposiciones culturales.

Sin embargo, cuando se profundiza más en este tipo de análisis, se puede llegar a establecer qué sucede en los medios escritos de países del entorno donde se ha alcanzado cotas de igualdad elevadas frente a los que no. En qué aspectos podría cambiar el tratamiento dado a la mujer, qué papel se destaca de ella y quiénes son las protagonistas de la información son algunas cuestiones que permitirán establecer si los medios contribuyen realmente a la conquista de la igualdad o si, por el contrario, son una rémora para avanzar en este cometido.

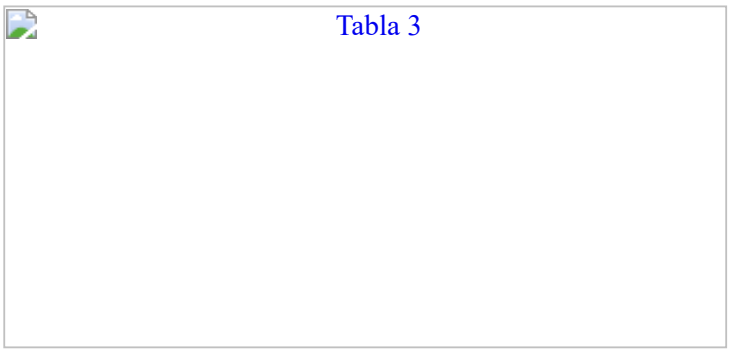

Tabla 3. Ampliar Imagen

Los casos de Argentina, Brasil, Chile, España, México y Venezuela representan una diversidad que parece significativa. A priori, Argentina y Chile tienen gobiernos presididos por mujeres y España, la vicepresidencia y un gobierno paritario durante la pasada legislatura. En la que ahora comienza, tras las elecciones generales del 9 de marzo, hay mayoría de mujeres, que ocupan 9 de las 17 carteras ministeriales. Sin embargo, Venezuela, México y sobre todo Brasil, que es sólo del 3,57%, tienen niveles muy bajos de mujeres que ocupan puestos de máxima responsabilidad en sus gobiernos. Igualmente, los tres primeros se sitúan en mejor posición en el Global Gender Gap Report7, donde España sería la mejor situada, ya que ocupa el puesto 10, y México el peor, con el puesto 93. La siguiente tabla muestra más detalladamente las características de estos países en cuanto a datos económicos, sociales y de participación política, relacionados con la mujer.

Para establecer cuál es el tratamiento que la mujer recibe en los medios de estos países, se han analizado un total de

11 periódicos de referencia y hasta 3.769 informaciones, cuyos títulos y fotografías están protagonizadas por mujeres, publicadas entre enero y marzo de 2006. La cifra significa, respecto al total publicado en este periodo, tan sólo un 2,2% de los contenidos. El cuadro siguiente, que recoge el resultado de cada periódico, indica en la primera columna el número de noticias publicadas; en la segunda, el porcentaje de cada medio respecto del total de noticias analizadas, y en la tercera, el porcentaje sobre el total de textos publicados.

Tabla 4. Noticias referidas a mujeres

Periódico	Noticias mujer	% sobre 3.769	% sobre 15.300
Clarín (Argentina)	295	7,82%	1,9%
El Mercurio (Chile)	655	17,37%	4,3%
El Mundo (España)	210	5,57%	1,4%
El Nacional (Venezuela)	175	4,64%	1,1%
El País (España)	806	21,38%	5,3%
El Universal (México)	114	3,02%	0,7%
El Universal (Venezuela)	297	7,88%	1,9%
La Nación(Argentina)	202	5,35%	1,3%
O Estado de São Paulo (Brasil)	262	6,95%	1,7%
O Globo (Brasil)	553	14,67%	3,6%
Reforma (México)	200	5,03%	1,3%
TOTAL	3.769	100,00%	2,2%
Datos y elaboración propios			

Una primera conclusión en torno a esta tabla es que los periódicos que mayor número de noticias sobre mujeres han publicado son, por este orden, *El País*, *El Mercurio* y *O Globo*. Los dos primeros pertenecen a países con mayor nivel de igualdad y participación política, frente a Brasil, que es el más bajo entre los de este estudio. Sin embargo, *El Mundo*, segundo periódico español analizado, se sitúa entre los que menos noticias publica. El último puesto en este ranking lo ocupa *El Universal*, de México, seguido de cerca por su colega *Reforma*. Este país, como ya se ha comentado, ocupa el puesto 93 en el Global Gender Gap Report, con un gran déficit en el ámbito de la educación superior y en la participación política de la mujer. En líneas generales, aunque con excepciones como las señaladas o el de los dos periódicos argentinos, se observa que los medios pertenecientes a los países con mayor cota de igualdad muestran mayor interés por los contenidos protagonizados por mujeres.

Representación de la mujer

Si bien el porcentaje de noticias publicadas es muy bajo (2,2%), el problema se agrava cuando se analiza la manera en la que los medios representan a la mujer. Este extremo es fundamental porque, como afirman Bryant y Zillmann[8], el modo en el que los relatos difundidos por los medios de comunicación abordan un asunto llega a establecer una propuesta de interpretación de la realidad, ya sea explícita o implícita, manifiesta o latente. En este sentido y según se puede observar en la tabla 5, los diversos campos analizados reflejan una imagen estereotipada de la mujer, a la que se le relaciona con tareas que tradicional y culturalmente le han sido atribuidas: cantantes, actrices y amas de casa son la dedicación laboral de la mayoría de las protagonistas de la información. No obstante, se registra también un fuerte protagonismo de mujeres políticas, especialmente entre las noticias de ámbito internacional y de política interna, donde destaca el caso de Chile. Todas estas protagonistas tienen en común que proceden de entornos urbanos. La mujer del mundo rural no existe en estos medios.

Por otro lado, se constata una vez más en este estudio (Tabla 6) que las informaciones protagonizadas por mujeres se caracterizan por ser textos cortos y con mala ubicación en el periódico: sólo el 10% de ellos aparecen destacados en primera página y en la portadilla o apertura de las secciones.

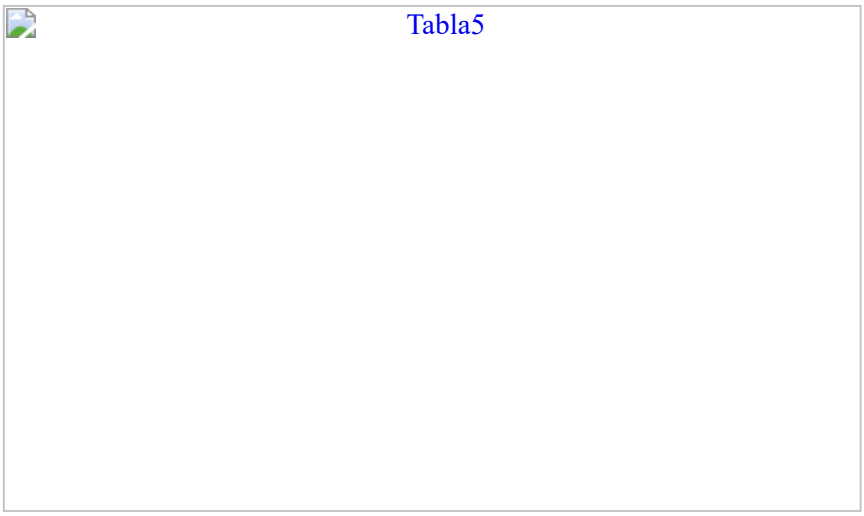

Tabla 5. Ampliar Imagen

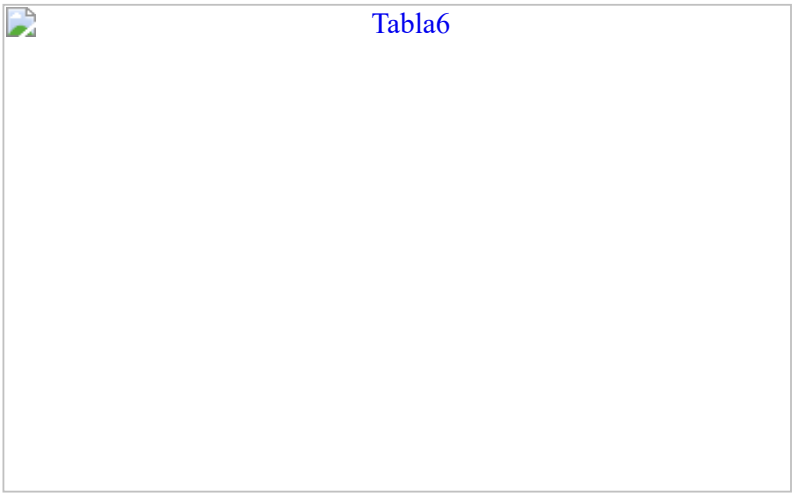

Tabla 6. Ampliar Imagen

Según *The Global Gender Gap Report 2007*, publicado por el World Economic Forum, la situación de los países objeto de este estudio es bastante diversa, como también constatamos en el análisis de contenido realizado. Brasil, por ejemplo, es el país que se sitúa en el grupo que experimenta una tendencia de empeoramiento en el continente americano. Argentina, a la cabeza de Latinoamérica, que pasa del puesto 41 al 33 en el ranking mundial, Honduras –que sube del 74 en 2006 al 68 actual-, Bolivia –que gana siete puestos y ocupa la octogésima posición- o Colombia (22) y Venezuela(55), que han avanzando dos lugares, capitanean el grupo que progresa hacia la igualdad. Al lado contrario, según este informe México- que cae del puesto 75 al 93-, Uruguay –que pierde doce posiciones y cae hasta el 78- o Perú –que retrocede del puesto 75 en 2006 al 60 actual- forman, junto a Brasil, el grupo de los países que empeoran.

Los datos referidos a la situación sociopolítica de las mujeres y el reflejo que de ella hace la prensa de referencia se exponen de manera más detallada en los siguientes aparatados por países.

Argentina

En agosto de 2007 tuvo lugar la X Conferencia Regional sobre la mujer de América Latina y el Caribe en Quito. La delegación argentina acudió con los deberes bien hechos y presentó un pormenorizado informe sobre la situación de las mujeres en el país. Aunque Argentina es uno de los países más avanzados en políticas de igualdad en el continente, no es menos cierto que aún queda un largo camino que recorrer para alcanzar la igualdad efectiva: “la distancia entre la igualdad jurídica y la desigualdad social entre mujeres y varones afecta la trama social y relativiza la ciudadanía social de las mujeres”9.

Desde finales de 2007, por primera vez en su historia, Argentina tiene una mujer en la jefatura del Estado por decisión popular: Cristina Elisabet Fernández de Kirchner. Esta elección es, sin duda, un hito más hacia la igualdad efectiva y la participación política de las mujeres en Latinoamérica pues es incuestionable que dicho país es uno de los de mayor capacidad de liderazgo en la región.

Argentina institucionalizó las políticas de género hace quince años, de forma pionera en el continente. En 1992 creó el Consejo Nacional de la Mujer como organismo responsable del cumplimiento de las medidas de igualdad social y de

seguimiento de la CEDAW, el Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer de la Organización de Naciones Unidas. Posteriormente, en 1995, creó una comisión coordinada por la Representación Especial para Temas de la Mujer en el Ámbito Internacional de la Cancillería argentina para el monitoreo del cumplimiento de los tratados internacionales en esta materia. En 2006, se ha establecido el Programa de Fortalecimiento de Derechos y Participación de las Mujeres "Juana Azurduy", en el ámbito del Ministerio de Desarrollo Social de la nación, para aportar herramientas a las mujeres argentinas sobre la garantía de sus derechos y avanzar así en la sensibilización de todos los actores sociales.

En el mercado laboral, la concentración de las mujeres en empleos domésticos, peor retribuidos tradicionalmente, es una muestra de la feminización de la pobreza. En Argentina la mujer copa el servicio doméstico (97.6% son mujeres), la educación (76.6%) y los servicios sociales y salud (72.2%). Los expertos lo explican por la mayor flexibilidad horaria que permiten estos empleos[10]. El contrapunto, tristemente, se presenta en las actividades empresariales e inmobiliarias donde las mujeres sólo representan el 34%. Así pues, el acceso a la educación es paritario pero no lo es su posterior repercusión en el mundo laboral.

En el ámbito de la participación política y las instituciones públicas, Argentina ha venido liderando, en el espacio latinoamericano, las medidas de participación de las ciudadanas[11]. En el proceso de incorporación de las mujeres a la toma de decisiones se aprobó la Ley 24.012 o Ley de Cupo de 1991 que favoreció el acceso de las mujeres al Parlamento. Así, la elección de Cristina Elisabet Fernández de Kirchner como presidenta del país supone un salto cualitativo histórico. Cercana a otras líderes políticas relacionadas con la causa femenina como Michelle Bachelet o Hillary Clinton, ha prometido trabajar en este terreno[12]. En cuanto a los gobiernos locales, la mayoría de las provincias argentinas cuenta con leyes de cupo. En diez de ellas se ha superado el 30% de mujeres electas; en el resto, el porcentaje de representación femenina oscila entre el 13% y el 29%[13].

En el mundo universitario, sí representan cada vez una proporción más importante del alumnado. En 2006, de las 38 universidades públicas del país, sólo 5 contaban con rectoras y en el ámbito privado el panorama es aún peor: de las 41 existentes, sólo 2 son dirigidas por rectoras.

El reflejo de esta realidad en los contenidos de los principales medios del país no es, sin embargo, acertado, si atendemos, en primer lugar, al escaso número de noticias que en las dos principales cabeceras del país hablan sobre mujeres: 295 en *Clarín* y 202 en *La Nación*. En estos dos diarios, en los que se ha analizado la presencia de la mujer durante varios meses, se ha observado que el tratamiento de estas es muy similar. Referente a los valores transmitidos, la visualización progresista de la mujer supera levemente el 50% en el primero de ellos y alcanza el 68,32% en *La Nación*. El dato más negativo en este apartado corresponde a *Clarín*, con un 22,03% de informaciones que refuerzan los valores tradicionales y estereotipados de la mujer.

El rol principal de las mujeres protagonistas de la información en los dos diarios argentinos es el institucional, con registros que superan el 34%, aunque de nuevo *Clarín* destaca por un significativo 13,90% de noticias protagonizadas por mujeres que realizan trabajos estereotipados. Este resultado concuerda con el análisis de las secciones y temas preponderantes pues la sección de Cultura, con su variante de Espectáculos, es en ambos diarios muy importante, en torno al 20%. En el caso de *La Nación* la de nacional o política acoge un porcentaje importante de noticias sobre mujeres, un 20,79%, mientras que en *Clarín* destaca la de internacional, con un 28,81%. Por temas, en los dos periódicos prevalecen las noticias sobre política interior, aunque también se sitúan en lugares importantes las de sociedad, cine y música.

En conclusión, Argentina es uno de los países latinoamericanos con una política de igualdad más activa. Ello se constata en una extensa y arraigada normativa para la adquisición de poder político de las mujeres que, a pesar de todo, aún ampara serias desigualdades en materia laboral. Los medios argentinos se hacen eco del avance hacia la igualdad política de las mujeres y ofrecen una visión activa y progresista de ellas. Resulta muy positiva la presencia femenina en las secciones de nacional e internacional, así como difundir el rol laboral de las mujeres en las páginas de los periódicos aunque, en contraste, este vaya aparejado en muchas ocasiones al mundo del espectáculo.

Brasil

Los indicadores en los que Brasil alcanza peores resultados, según *The Global Gender Gap Report 2007*, son los logros en materia de educación y el avance en el poder político de las mujeres. Parece lógico en tanto este país es, junto a Paraguay, el que menos mujeres tiene en el Parlamento. En 1995 se aprobó la ley de cuotas y actualmente, está en vigor el Plan Nacional de Políticas para las Mujeres 2004-2007[14]. Según el informe sobre 'El aporte de las mujeres a la igualdad en América Latina', de 2007, elaborado por CEPAL para Naciones Unidas, antes de dicha aprobación, el parlamento brasileño contaba con un 6,6% de mujeres.

Este mismo informe afirma que el caso de Brasil necesita de un análisis en profundidad, ya que los avances obtenidos son insignificantes, pese a que aparentemente existían condiciones favorables por la aprobación de una ley de cuotas: un movimiento feminista fuerte, un importante grupo de presión de mujeres en el proceso de aprobación de la

constitución de 1988, el papel articulador del Primer Consejo Nacional de la Mujer y la adopción temprana de una cuota mínima del 30% en el Partido de los Trabajadores (PT) para cualquiera de los dos sexos en sus órganos de dirección.

Según el estudio 'Las políticas públicas de género: un modelo para armar. El caso de Brasil', de Naciones Unidas en 2003[15], el país da pasos en la adquisición de poder político de las mujeres, aunque los resultados sean escasos. En 2002 fue creada la secretaría de los Derechos de la Mujer (SEDIM), dependiente del Ministerio de Justicia. La constitución del 1988, por primera vez en la historia constitucional brasileña, proclamaba la igualdad entre hombres y mujeres como un derecho fundamental y se ve reforzada con la firma de documentos como la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (Cedaw), de 1979, la Declaración y lo Programa de Acción de la Conferencia Mundial de Derechos Humanos de Viena, de 1993, o el Plano de Acción de la Conferencia Mundial sobre Población y Desarrollo de El Cairo, de 1994.

Se ha avanzado algo en la representación política de las mujeres brasileñas pero no demasiado, especialmente en los campos social y económico. Según el informe publicado por UNIFEM, el Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer en 2006 'O Progresso das Mulheres no Brasil', todavía persiste en la cultura brasileña una óptica sexista y de discriminación en relación con las mujeres, que las impide de ejercer plenamente su ciudadanía. La inexistente igualdad de acceso a la mujer a los cargos públicos queda patente, por ejemplo, en la esfera municipal, donde sólo 3% de los puestos de alcalde eran ocupados por mujeres en 1995, y 5% en 1998 y 2000.

La realidad de las mujeres negras y mestizas es todavía más dramática. De acuerdo con datos del Informe Nacional Brasileño presentado al Comité Cedaw, entre 1985 y 2001, los rendimientos de las mujeres 'no-blancas' llegan a ser 70% inferiores a los de los hombres blancos y 53% inferiores a los de las mujeres blancas. Son también 40% inferiores a los sueldos de los hombres no-blancos[16]. Por ello, también se creó en el país la Secretaría Especial de la Igualdad Racial, que intenta paliar estas desigualdades.

La inserción de las mujeres en el mercado laboral se caracteriza por la precariedad. Las mujeres instruidas continúan copando puestos tradicionalmente femeninos, como el magisterio y la enfermería. Aunque se están adentrando también áreas profesionales como la medicina, la abogacía, la arquitectura y la ingeniería, tradicionales reductos masculinos. Esa podría ser considerada una de las caras del progreso alcanzado por las mujeres. Es significativo que, según las Estadísticas para la Equidad de Género que publicó CEPAL este 2007, es mayor el número de mujeres tanto en educación secundaria como terciaria.

En conclusión, en los últimos años, las brasileñas han protagonizado avances en el mercado laboral, aunque hayan persistido, paralelamente, innumerables condiciones desfavorables. Habían pasado a ocupar puestos en profesiones de prestigio así como cargos ejecutivos en empresas del sector industrial. Sin embargo, más de 30% de la fuerza de trabajo femenina sigue estando empleada en ocupaciones precarias[17].

La presencia de las mujeres en la prensa brasileña es acorde al bajo nivel de igualdad de éstas en la sociedad. Este país está por debajo de la media en la mayoría de indicadores analizados, especialmente en los que se refieren a valores transmitidos y al rol de la mujer. Los dos periódicos analizados son *O Globo* y *O Estado de São Paulo* y ambos coinciden en un porcentaje elevado de información que relaciona a la mujer con tareas sociales, por encima del 70%, mientras que el rol institucional, por ejemplo, se queda en torno al 6% y el laboral en torno al 12%, con una incidencia importante además de los trabajos estereotipados. Concretamente, destacan las noticias sobre cultura, cine y música, que suman un 44,48% en *O Globo* y un 29,77% en *O Estado de São Paulo*.

Las mujeres están lejos de alcanzar la igualdad en la sociedad brasileña tanto en el ámbito político como en el laboral. La legislación se ha demostrado ineficaz y las acciones insuficientes para cambiar esta situación. La prensa refleja la falta de poder femenino en el país ofreciendo una imagen restringida a los ámbitos sociales y recreativos de éstas. Se publica sobre una mujer que encarna los roles más tradicionales y, mínimamente, de las mujeres que representan valores progresistas. Se limita la repercusión pública de éstas a los actos sociales y culturales y su imagen como trabajadora en otros sectores aparece infrarrepresentada.

Chile

Michelle Bachelet se convirtió, el 11 de marzo de 2006, en la primera mujer en presidir Chile y una de las primeras en desempeñar ese cargo en Iberoamérica. Su llegada ha supuesto un impulso a las medidas de género y ha generado un clima de cambio que se traslada a otros países.

Chile ha sido el único país que asumió la paridad como compromiso programático en el gobierno. Este compromiso se tradujo en el nombramiento de un gabinete paritario y se ha extendido a la integración de subsecretarías, intendencias y otros servicios públicos. Así, con las administraciones públicas como ejemplo, el Gobierno chileno está intentando hacer efectiva la igualdad en la participación política. Porque, aunque la Constitución chilena la proclama, lo cierto es que la legislación resultaba insuficiente. Sin embargo, como se ha comentado anteriormente, en

el segundo mandato de Bachelet la paridad ha desaparecido de su gobierno lo que supone un paso atrás preocupante en materia de igualdad efectiva.

El Servicio Nacional de la Mujer (SERNAM) es el organismo creado por el Gobierno para promover la igualdad de oportunidades y fue creado por la Ley 19.023 en enero de 1991. Fue instituido en cumplimiento de los compromisos internacionales contraídos por Chile al ratificar la Convención de Naciones Unidas sobre Eliminación de Todas las formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW). Desde 1995, el Ejecutivo asumió el Plan de Igualdad de Oportunidad para las Mujeres como parte de su programa de gobierno. Actualmente, este plan ha sido revisado y está vigente en el periodo 2000-2010.

Los reglamentos que van a asegurar la participación ciudadana de la mujer son la Ley de Cuotas y la Ley de Base de Participación Ciudadana. La Ley de Cuotas establece que ningún sexo puede estar representado en menos de un 40% en las listas de candidaturas a cargos de elección popular (parlamento, municipios) y en cargos al interior de los partidos políticos.

El hecho de que las estadísticas nacionales, como las usadas en *The Global Gender Gap Report* editado a finales de 2007 por el World Economic Forum, no se basen en datos de los dos últimos años es perjudicial para valorar la realidad de la mujer chilena pues, desde que Bachelet accedió al Gobierno, ésta ha sido una de las áreas que más denodadamente se ha venido trabajando. Saadia Zahidi, responsable del Programa de Mujeres de Fondo Monetario Internacional, ha explicado que Chile es precisamente un país que está avanzando mucho en esta materia a pesar de que ello no se refleje en los datos de este estudio.

Los datos más recientes son más prometedores, en ciertos apartados, pero alarmantes en otros. La tasa de participación femenina en el país ha experimentado un incremento en la última década. La participación laboral tiende a ser mayor a medida que los trabajadores y trabajadoras tienen mayor escolaridad. Según el *Informe de Empleo para el año* 2006, elaborado por la Oficina Internacional del Trabajo (OIT)18, esta tendencia es mucho más fuerte para las mujeres. En 2006, 7 de cada 10 mujeres con educación universitaria estaban en la fuerza de trabajo.

La tasa de desempleo femenina cayó en 2006 a un dígito, por primera vez desde 1999. Sin embargo, las tasas de desempleo masculinas tuvieron un descenso más acelerado en el periodo de recuperación económica. Por esta razón, la brecha entre la tasa de desempleo de los hombres y las mujeres tendió a aumentar: la tasa de desempleo de las mujeres 1.4 veces la tasa de los hombres.

El análisis de *El Mercurio*, periódico elegido en Chile, evidencia que la presencia de la mujer en las altas esferas políticas es un factor muy importante en la imagen que de ella reflejan los medios. En este caso, no es tanto el volumen de información publicada, como los valores y roles que ésta transmite. La mujer tiene una clara posición activa en la información, transmite mayoritariamente valores progresistas y su papel principal, en un 32,67% de los casos, está ligado a la labor institucional. Todo ello favorece el hecho de que sea la sección de información nacional la que registre el mayor porcentaje de noticias, casi un 35% y que de, entre los temas, destaquen los de política interior. En total se registran 141 noticias, un 21,53% del total publicado por este periódico, de las que la presidenta Michelle Bachelet protagoniza 39. La segunda protagonista principal es otra mujer con responsabilidades políticas, la estadounidense Condoleezza Rice.

En conclusión, la prensa chilena ofrece una imagen significativa y simbólica de la trascendencia que la mujer está alcanzando en la sociedad. Desde la presidencia del gobierno se está irradiando una política de igualdad que debe trasladarse a todos los sectores sociales, especialmente el productivo. Por ello, la prensa ofrece una imagen progresista de una mujer trabajadora en el entorno urbano chileno. Frente a la mayor igualdad entre hombres y mujeres de países como Argentina o el patente desequilibrio brasileño, Chile se posiciona el estado que, en los últimos años, más activamente está intentado alcanzar la igualdad.

España

En Diciembre de 1978, la promulgación de la Constitución Española supuso el reconocimiento de la igualdad ante la ley de hombres y mujeres. Desde marzo de 2007 está en vigor la Ley Orgánica para la Igualdad efectiva entre hombres y mujeres, cuya finalidad es alcanzar la igualdad real, así como la eliminación de toda discriminación por razón de sexo, en particular la que afecta a las mujeres. Esta ley legitima a las instituciones públicas con competencias en materia de mujer y a las organizaciones para la defensa de los derechos de igualdad entre mujeres y hombres, para actuar en determinados procedimientos judiciales.

Dicha legislación establece un marco general para la adopción de las llamadas acciones positivas que permitan alcanzar la igualdad real y efectiva entre mujeres y hombres, y asegura una representación equilibrada de ambos sexos en la composición de los órganos, en los cargos de responsabilidad de todos los poderes públicos y en la normativa del régimen electoral. Hay algunas medidas de esta ley que destacan por su novedad, como la creación de una Comisión interministerial de igualdad entre mujeres y hombres y las Unidades de igualdad en cada Ministerio.

Además se regulan los planes de igualdad en las empresas así como su negociación en los convenios colectivos y se establece la creación del Consejo de participación de las mujeres y de un Plan estratégico de igualdad de oportunidades. El nuevo Gobierno del presidente Rodríguez Zapatero, constituido en abril de 2008, incluye, por primera vez en España, un Ministerio de Igualdad.

El Observatorio de la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, es un organismo, creado por el Real Decreto 1686/2000 e integrado en el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Su objetivo es recabar, analizar y difundir información sobre la situación de las mujeres, así como proponer políticas tendentes a mejorar la situación de éstas en distintos ámbitos.

El País y *El Mundo* son los periódicos analizados y en ambos la posición de la mujer en la información registra unos resultados muy parecidos en cuanto a su protagonismo, central en el 90% de las noticias. Los valores progresistas transmitidos destacan tanto en *El País* (65,01%) como en *El Mundo* (donde no llegan al 50%). La visualización de valores tradicionales representa un 23,70% en el primero de los diarios y un 10,48% en el segundo. El rol laboral es el que está más presente en las informaciones según este análisis, ya que significa un 46,65% en *El País* y un 40% en *El Mundo*.

En cuanto a los asuntos tratados, en *El País* destacan los relacionados con los malos tratos, que representan un 17,74%. En *El Mundo* predominan los temas que relacionan a la mujer con el cine y la música. En total se registraron 806 (11,37%) noticias relacionadas con la mujer procedentes de *El País* y 210 (2,96%) en *El Mundo.*

La situación de las mujeres españolas en el terreno de la igualdad ha mejorado considerablemente en los últimos treinta años, el cambio ha sido muy grande pero aún siguen existiendo importantes desigualdades respecto a los hombres. Estas diferencias se aprecian en el análisis de los periódicos, si bien es cierto que España es uno de los países analizados que presenta mejores porcentajes en lo que a valores progresistas transmitidos se refiere.

Por otra parte, los valores tradicionales y los estereotipos en torno a la mujer siguen presentes en estos diarios aunque es destacable el porcentaje de noticias que *El País* ha dedicado a la temática de la violencia de género, colaborando así para conseguir la máxima concienciación en la sociedad respecto a este problema.

México

En la legislación relacionada con la mujer destaca la Ley General para la Igualdad entre mujeres y hombres, publicada en 2006 para regular y garantizar la igualdad entre mujeres y hombres y proponer los mecanismos institucionales que orienten hacia el cumplimiento de la igualdad en los ámbitos público y privado. En el año 1993, se modificó el apartado 3 del artículo 175 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) y se señaló que los partidos deben promover una mayor participación de las mujeres en la vida política.

La promulgación de la primera ley de cuotas fue en 1996, aplicándosele una enmienda en 2002. En 1996 se acuerda que los partidos políticos nacionales considerarán en sus estatutos que en las candidaturas a diputados y senadores no habrá más del 70% de candidatos del mismo sexo. Sin embargo, la participación de las mujeres en la vida pública y, más específicamente, en los ámbitos de toma de decisiones aún es muy baja. Un ejemplo se da en el ámbito del poder judicial, ya que de los once ministros de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, solamente dos son mujeres.[19]

El diario mexicano *El Universal*, con 114 noticias (1,61%), es el que menos informaciones protagonizadas por mujeres publica entre todos los analizados en este estudio. Por su parte, *Reforma*, el otro periódico de nacionalidad mexicana analizado registra unas 200 noticias (2,82%). Los dos medios mexicanos recogen mayoritariamente noticias que reflejan valores no progresistas de la mujer, que principalmente aparece en informaciones relacionadas con la música y al cine: la media de ambos temas supone en torno al 70% de lo publicado en los tres meses de análisis. Consecuentemente, las secciones con mayor volumen de información son las que tienen que ver con cultura, sociedad y suplementos sobre estos temas. Un valor positivo se da en la presencia (5,8%) de noticias relacionadas con la actividad política de la mujer, aunque el porcentaje es pequeño en comparación con la proporción de mujeres que forman el Gobierno de México.

Los dos periódicos mexicanos presentan unos porcentajes tan bajos de noticias relativas a la mujer que llega a resultar preocupante. Además, la mayoría de los valores transmitidos en torno a la mujer no reflejan su progreso en la sociedad y la temática predominante en estos textos es la relacionada con el espectáculo. Según este análisis, el avance que se ha experimentado hacia la igualdad tanto en la legislación como en la participación política no se ve reflejado en estos medios de comunicación.

Venezuela

La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela de 1999 propugna la igualdad como un valor superior de este ordenamiento jurídico junto a otros como la vida, la libertad o la justicia. En el texto se hace un reconocimiento

explícito del trabajo del hogar como actividad económica que produce riqueza y bienestar social. Además, se reconoce el derecho de toda persona a la seguridad social (se incluye específicamente a las amas de casa) "como servicio público de carácter no lucrativo, que garantice la salud y asegure la protección en casos de maternidad". La Constitución afirma además que "la ausencia de capacidad contributiva no será motivo para excluir a las personas de su protección" y que "el Estado garantizará la igualdad y equidad de hombres y mujeres en el ejercicio del derecho al trabajo".

El Plan de igualdad para las mujeres (2004-2009), creado por el Instituto Nacional de la Mujer como guía para la acción colectiva, intenta aproximarse a la realidad de las mujeres en Venezuela y destaca datos como que diversas mujeres han ocupado cargos como el de Vicepresidenta de la República, de Procuradora General de la República o de Defensora del Pueblo. Desde 1999 hasta 2003 las mujeres han ocupado ministerios como el de Trabajo, Producción y Comercio, Ambiente y de los Recursos Naturales, Salud y Desarrollo Social, Comunicación e Información o Ciencia y Tecnología.

La Ley Orgánica sobre el Derecho de las Mujeres a una vida libre de violencia entra en vigor en abril de 2007 y tiene por objeto garantizar y promover el derecho de las mujeres a una vida sin violencia, creando condiciones para prevenir, atender, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en cualquiera de sus manifestaciones y ámbitos. También pretende impulsar cambios en los patrones socioculturales que sostienen la desigualdad de género y las relaciones de poder sobre las mujeres, para favorecer la construcción de una sociedad justa democrática, participativa y paritaria.

Los dos periódicos analizados en este país son *El Universal* y *El Nacional*. Entre ellos se da una clara diferencia entre los temas que tienen como protagonista principal a mujeres. El primero concentra la mayoría de las informaciones en la sección de Cultura (37,71%), como en la mayoría de medios analizados, y en la de Deportes, mientras que en *El Nacional* la sección más importante es la de Internacional, que publica el 30,29% de las noticias, seguida de las de Cultura y la de Nacional.

En el diario *El Universal* se registraron 297 (4,19%) informaciones relacionadas con la mujer. En el caso de *El Nacional* fueron 175 (2,47%), de las cuales un 42,86% son textos breves y sólo dos de ellas se publican en portada. Los porcentajes de noticias relacionadas con la mujer son muy bajos, así como la aparición de éstas en portada. Dichos datos reflejan el trato desigual que aún recibe la mujer en los medios de comunicación.

Distintas actuaciones y legislaciones recientes aprobadas en Venezuela buscan la igualdad de oportunidades para ambos géneros pero tanto algunos indicadores sociales, económicos y políticos citados en la tabla 3 como los resultados del análisis de los diarios venezolanos *El Universal* y *El Nacional* señalan que a este país aún le queda mucho terreno por recorrer para acabar con las desigualdades existentes entre hombre y mujer.

Conclusiones

La imagen de la mujer que trasladan los medios analizados no se corresponde con la realidad sociopolítica alcanzada en la mayoría de los países analizados ni refleja la nueva posición de la mujer en sus respectivos países. En este sentido, se puede afirmar que ni el porcentaje de mujeres protagonistas se ajusta al liderazgo de la mujer en la sociedad, tanto en el ámbito político como económico y social, ni el tratamiento dado a la información es equiparable a este liderazgo. Por ello, y dado que la agenda de los medios fija la interpretación de la realidad, con mayor o menos eficacia en función de su grado de influencia, es importante lograr que los medios sean conscientes de la importancia de su función y actúen consecuentemente, respetando la nueva estructura de la sociedad.

Es manifiesto que la equiparación legal lograda ya en muchos países, la incorporación masiva al mundo laboral, incluida la responsabilidad política, y la presencia de mujeres en las redacciones, muchas con cargos de responsabilidad, no son suficientes. Al respecto, el estudio de Mónica Antequera Yepes[20] determina que cuando la mujer ocupa puestos de responsabilidad en empresas periodísticas encuentra contradicciones inevitables, especialmente respecto a los estereotipos que recrean patrones irreales de mujeres inexistentes como consecuencia del prisma masculino que predomina a la hora de elegir los contenidos. Sánchez Leyva y Reigada Olaizola[21] proponen volver a ocupar ese "espacio incómodo" desde el que ejercer la crítica de la sociedad y la cultura, al objeto de visualizar y desmontar las formas estructurales de desigualdad existentes.

Si bien los medios de comunicación han venido colaborando en la lucha de la mujer para lograr avances legales importantes, esta colaboración se ha circunscrito la mayoría de las veces a reivindicaciones muy concretas relacionadas con sus derechos más elementales y que finalmente se han materializado, en el caso de España al menos, en leyes como la del divorcio, del aborto, de igualdad y de la violencia de género, entre otras importantes. Los resultados de este y otros estudios similares evidencian que la actitud de los medios en relación con la mujer no sigue una política informativa coherente, sino que responde a momentos concretos[22]. Hay que evitar políticas informativas coyunturales y, sobre todo, que a los factores culturales adversos no se sumen otros elementos negativos que caracterizan el trabajo en las redacciones, como la prisa, el lenguaje informativo generalizado o la tendencia de

muchas mujeres periodistas a imitar comportamientos y valores del hombre. Todo ello hace que los medios de comunicación, lejos de contribuir a la equiparación, sean una rémora, un freno a la misma.

Notas:

1 Proyecto de la Unidad de Tendencias del Empleo de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) titulado "Tendencias mundiales del empleo de las mujeres. Marzo de 2008" (http://www.oei.es/pdfs/wcms_091227.pdf),

2 Unión Interparlamentaria (http://www.ipu.org)

3 UNIFEM es el Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer. Creado en 1976, provee asistencia técnica y financiera para iniciativas innovadoras que promueven la igualdad de género, para lo que colabora con países en la formulación y aplicación de leyes y políticas destinadas a evitar la discriminación. Sus objetivos estratégicos son: reducir la pobreza y la exclusión de las mujeres, poner fin a la violencia contra las mujeres, reducir la propagación del VIH/SIDA y apoyar la función de liderazgo de las mujeres en la gestión pública en la reconstrucción post conflicto. (http://www.unifem.org.mx/cms/index.php)

4 Declaraciones de Lorena Fries, presidenta de la no gubernamental Corporación Humanas. (http://www.rebelion.org/noticia.php?id=64371)

5 Este Proyecto está coordinado por la Asociación Mundial para la Comunidad Cristiana. Se realizó el 16 de febrero de 2005, mediante el análisis de 13.000 noticias de televisión, radio y periódicos en 76 países. El GMMP se ha realizado en tres ocasiones: la primera en el año 1995, la segunda en 2000 y la tercera en 2005. Este estudio evidencia que la mujer está poco en los medios, concretamente un 17 % en el caso de la radio, un 21 % en prensa y un 22 % en la televisión.

6 Blanco Castilla, Elena (2007): "Análisis de la prensa de referencia. El protagonismo de la mujer", en *Tendencias'07. El escenario Iberoamericano*, Ariel, pp. 181

7 HAUSMANN, R; TYSON L.D. Y ZHIDI S. (2007), *The Global Gender Gap, Report 2007*. World Economic Forum. Este informe evalúa las desigualdades entre hombres y mujeres a nivel mundial y es presentado anualmente por el Foro Económico Mundial. Incluye los datos de 128 países, lo que representa un 90% de la población mundial.

8 Bryant, J. Zillmann, D (1994) *Media Effects. Advances in Theory and Research*. Lawernce Erilbaum Associates, N. Jersey.

9Informe de la Representación Especial para Temas de la Mujer en el Ámbito Internacional de la Cancillería Argentina para la X Conferencia regional sobre la mujer de América Latina y el Caribe, Quito, 2007. Véase texto completo en: http://www.cepal.cl/mujer/noticias/paginas/4/29404/InformeArgentina.pdf

10 *Informe de la Representación Especial. Op. Cit.*

11 Las argentinas, como revela la investigación realizada por el Equipo Latinoamericano de Justicia y Género (ELA), se preocupan por la política. Un 53% se declara 'muy interesada' o 'interesada' en política.

12 Recientemente ha formado gobierno. Sin embargo, lejos de la paridad, de las 12 carteras ministeriales, sólo 3 han sido ocupadas por mujeres (Defensa, Salud y Medio Ambiente y Desarrollo Social). No obstante, para valorar las políticas de género desarrolladas por la presidenta, es necesario dejar pasar algo más de tiempo ya que el Gobierno se formó en diciembre de 2007.

13 MILOSAVLJEVIC. V. (2007) *Estadísticas para la equidad de género. Magnitudes y tendencias en América Latina.* Cuadernos de la CEPAL. Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer.

14 En el contexto de las normas electorales brasileñas, cabe destacar la importancia de la Ley 9.504, de 1997, que fija el mínimo de 30% y el máximo de 70% para candidaturas de cada sexo.

15 Véase en: http://www.eclac.org/publicaciones/xml/8/12688/lcl1920e.pdf

16 Sobre la doble marginación de las mujeres negras, véase el discurso de Emilia Fernandes, Ministra de la Secretaría Especial de Política para las Mujeres de Brasil, en:
http://www.cepal.org/mujer/proyectos/
gobernabilidad/documentos/reunion/Brasil.pdf

17 *O Progresso das Mulheres no Brasil*, 2006. UNIFEM, Fundación Ford y CEPIA.

18 Reineche, G. y Velasco, J. *Informe de Empleo para el año* 2006, Oficina Internacional del Trabajo (OIT) en http://www.oitchile.cl/pdf/Informeempleochile2006.pdf

19 Instituto Nacional de las Mujeres, *Boletín nº 74: Persiste la desigualdad en el acceso de mujeres a puestos de toma de decisión*, 16 de octubre de 2007. México. Disponible en: http://www.inmujeres.gob.mx/crpcs/boletines/2007/20071016_.pdf

20 Antequera Yepes, M. (2005): "El papel de la mujer en la dirección y gestión de las empresas informativas en España a principio del siglo XXI: un análisis prospectivo". Tesis doctoral Universidad Complutense de Madrid, 2005.

21 Sánchez Leyva, M.J. y Reigada Olaizola, A. (2007): *Crítica feminista y comunicación*, Comunicación Social, Madrid, pp. 27.

22 Blanco Castilla, E. y Naranjo de Arcos, A (2008): "Imagen estereotipada y escaso protagonismo de la mujer en la prensa de referencia", en *Mujer, política y medios de comunicación*, Sevilla, Fundación audiovisual de Andalucía

---

Elena Blanco Castilla, Alicia Naranjo de Arcos y Laura Teruel Rodríguez.

Universidad de Málaga

© Derechos Reservados 1996- 2007
Razón y Palabra es una publicación electrónica editada por el
Proyecto Internet del ITESM Campus Estado de México.