

---

# MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DESARROLLO DE LA MUJER EN CENTROAMÉRICA

MARÍA TERESA TREJO AVALOS\*

---

## RESUMEN

*Este ensayo recoge los resultados del monitoreo y revisión del manejo de cuatro periódicos de El Salvador en temas relacionados con las mujeres, analizando cómo se abordaron, los aspectos de los hechos que son resaltados o priorizados, las valoraciones explícitas en esas informaciones y algunos indicadores de la transmisión y reproducción de los valores tradicionales que contribuyen al mantenimiento del sistema patriarcal en el que se generaron las temáticas.*

## ABSTRACT

*This survey is the result of an analysis and revision of four El Salvador's newspapers articles on women issues, analyzing the way to approach them, the facts that are empathized, specific valuations expressed in that information and references to traditional values that may represent a contribution to the maintenance of the patriarchal system under which such issues were developed in the first place.*

## RÉSUMÉ

*Cet article recueille les résultats de l'évaluation et révision de quatre journaux du Salvador, en ce qui concerne les femmes, en*

---

\* Periodista y feminista salvadoreña, responsable de la Unidad de Comunicaciones e integrante del Programa de Proyección Política de la Asociación de Mujeres por la Dignidad y la Vida – LAS DIGNAS – de El Salvador.

*analysant la façon de les aborder, les aspects qui sont priorités, les valeurs que l'on retrouve dans ces informations, et quelques indicateurs de la transmission et reproduction de valeurs traditionnels qui contribuent à maintenir le système patriarcal dans lequel se créent ces thématiques.*

Desde la perspectiva crítica feminista se ha reflexionado mucho sobre cómo los medios de comunicación han distorsionado la imagen de las mujeres, tomando de la realidad sólo aquello que es funcional a un sistema construido por y para los hombres, analizando así la relación entre cómo nos ven y cómo se nos proyecta. En ese sentido, desde las luchas políticas de las mujeres, desde las demandas por la igualdad de los salarios, de las funciones, por el acceso al poder en las instituciones del Estado, etc. es como fijamos los criterios desde donde partimos para considerar los niveles de desarrollo en la mujer alcanzados en Centroamérica y toda América Latina y cómo éstos, a su vez, quedan reflejados en los medios, siendo éste otro criterio más del propio desarrollo.

Antes que nada hay que reconocer que, en cuanto a la situación de la mujer, ha habido avances significativos en los últimos tiempos, aun cuando importantes segmentos de la población mantengan cánones culturales tradicionales. Pero cada vez más se está generalizando la idea de que somos muchas las que nos resistimos a los atributos tradicionalmente considerados como femeninos y luchamos para liberarnos de aquellos que son antes un lastre que un estímulo.

Pero a pesar de estos avances y de que este nuevo imaginario vaya creciendo, al ser invisibilizado por los medios los cambios de fondo son lentos y desiguales. En ese sentido y para reflexionar sobre el papel que detenta la comunicación en todo esto, se debe empezar tomando en cuenta los diversos factores, que a pesar de todo, persisten en nuestras sociedades con sistemas sexo/género activos, y que es necesario cambiar por un verdadero desarrollo.

Los medios de comunicación juegan un papel muy importante en la sociedad actual, tal y como ha quedado claro a través de numerosos autores<sup>1</sup>, que han resaltado cómo aquéllos influyen y condicionan el comportamiento y pensamiento de personas y sociedades, tornándose en “creadores de opinión”. Es

---

1. Véase, por ejemplo, ERRO Javier: *Sociología de la Comunicación*, UCA, San Salvador, 1995.

decir, partimos de que el periodismo es el instrumento que crea y recrea la historia cotidiana, que refleja o distorsiona la realidad más inmediata, y promueve opinión, puntos de vista; etc. y que, además, al definirse como cuarto poder, se le reconoce su capacidad de influencia sobre el acontecer cotidiano, público y político. De manera que hoy día se puede afirmar que las opiniones condicionadas o creadas mediante los medios de comunicación participan directa o indirectamente en el desarrollo y aplicación de políticas públicas.

De ahí lo alarmante de que aún sean muchos los medios que posean y reflejen en sus mensajes una visión reducida y pobre de la mujer, en concreto en este caso de la mujer latinoamericana, sin aportar otras imágenes, sin reconocer el saber acumulado de las mujeres como motor de cambio, silenciándolas, encubriendo sus historias y omitiendo sus acciones.

A partir de las reflexiones sobre los medios masivos de comunicación, el grupo de mujeres que componemos o trabajamos en torno a La Asociación de Mujeres por la Dignidad y la Vida, Las Dignas, llevamos a cabo en un estudio<sup>2</sup> analizando los cuatro periódicos más significativos de El Salvador<sup>3</sup>. De ellos hicimos una lectura, desde la perspectiva de género, que nos permitió aproximarnos a la representación de las mujeres en el actual sistema de información (más específicamente en la prensa escrita, en donde la invisibilización y la marginación de las mujeres es aún muy evidente). Sus resultados, siendo de carácter nacional, los consideramos representativos de lo que ha sucedido y sucede aún hoy en el sistema de información latinoamericana, con respecto al tema de género. Y nos servirán para aproximarnos, de aquí en adelante, al panorama compuesto por esos tres vértices que son: la comunicación/información, la mujer latinoamericana y los procesos de desarrollo.

Para ello, este ensayo recoge los resultados del monitoreo y revisión del manejo de esos cuatro principales periódicos de El Salvador<sup>4</sup> en temas relacionados con las mujeres, de cómo se abordaron, los aspectos de los hechos que son resaltados o priorizados, las valoraciones explícitas en esas informaciones y algunos indicadores de la transmisión y reproducción de los valores tradicionales que contribuyen al mantenimiento del sistema patriarcal en el que se generaron las temáticas.

2. LAS DIGNAS: "Estudio de la información aparecida en cuatro diarios nacionales sobre aspectos importantes en la vida de las mujeres (1996-2000)", 2001.

3. El Salvador, país centroamericano con más de una década de conflicto armado (1980-1992), una extensión territorial de 20.742 km<sup>2</sup>, seis millones y medio de habitantes y una densidad poblacional de 304 habitantes por km<sup>2</sup>.

4. *Diario de Hoy, La Prensa Gráfica, Diario el Mundo y Diario Co Latino.*

## **El papel de los medios de comunicación: violencia, participación política y pobreza**

Como punto de partida pudimos constatar cómo la prensa escrita, representada en estos cuatro periódicos, funcionada como un instrumento del diálogo social: diálogo entre las y los ciudadanos, entre los grupos sociales, y de unas y otros con las instancias de poder<sup>5</sup>, en donde también se constata que la presencia y ausencia en este diálogo de determinados actores sociales es, claramente, una expresión del ejercicio de poder. Si las mujeres, como colectivo social, hemos sido tradicionalmente excluidas o marginadas en los medios de comunicación, quedaremos por tanto también fuera de la expresión pública y del diálogo social. En ese sentido, del análisis de estas cabeceras se extrajeron dos ideas generales prevalecientes:

Primero, la existencia específica de “temas de mujeres” tales como los eventos sociales (generalmente de poca relevancia política), las cuestiones de salud (en muchas ocasiones desde el enfoque de una maternidad incuestionada) y los temas culturales y artísticos. Son sólo esos los asuntos en los que las mujeres se vuelven importantes fuentes de información y opinión. No son pocos los ejemplos encontrados de páginas especiales destinadas a la mujer con información referida a la educación y cuidado de la infancia y al trabajo doméstico, excluyendo las noticias y opiniones sobre política o economía. Nos enfrentamos así a algo aparentemente inocuo y aceptado por gran parte del público (incluido el femenino) que sin embargo no deja de ser un mecanismo de reproducción de la división social actual entre lo público y lo privado y de la adscripción de las mujeres a este último.

Segundo, que la figura femenina es tratada de manera muy estereotipada. Las representaciones más comunes la presentan como víctima de las agresiones, subordinada, sin opinión propia, con responsabilidades y peso sólo en esferas domésticas (fuera, por ejemplo, de las diversas luchas de interés nacional o internacional). Se proyecta, en fin, la imagen femenina como constituyente de un colectivo uniforme que no tiene intereses variados quedando convertido más en objeto de la información que en promotor de la misma.

Dentro de estos dos grandes ejes que perfilan el marco en donde analizamos el papel de la comunicación con respecto a la mujer centroamericana, existen tres temas que por su gravedad y extensión en nuestra realidad y luchas diarias, me parece importante destacar: *la violencia, la participación política y*

---

5. Vid. FUNES, Mauricio: “Medios y transición democrática en El Salvador”, *Revista Tendencias*, n° 40, mayo de 1995, San Salvador.

*la pobreza*. Nuestro estudio se basa en un total de 2.118 notas que tratan estos tres temas con un promedio de algo más de una nota diaria en 367 páginas de periódico. Una cantidad que consideramos ciertamente escasa, sobre todo comparativamente y si se toma en cuenta que la pobreza y la violencia son dos temas de preocupación e interés nacional con índices alarmantes y carácter crónico. Podría parecer por tanto que cuando se hace referencia a las mujeres dentro de estos temas, el interés de los medios decae.

En el caso concreto de la violencia, el estudio señala que la gran mayoría de las notas referidas a los casos violentos contra las mujeres que reportan los diarios, se ubican como artículos en las secciones nacionales. En los artículos de opinión no alcanza ni un 4% en todos los años, destacándose *La Prensa Gráfica* en este rubro. Este mismo periódico y *El Diario de Hoy* son los dos medios que más editoriales han publicado sobre el tema. La mayor parte de la información sobre violencia son artículos que narran hechos de agresión -violaciones, intentos de violación, violación con asesinato, etc.-, la mayoría denunciados. Destaca el dato de que las y los lectores reciben una información de casos de violencia en mucha más proporción que opiniones o análisis sobre el tema. Esto no significa, sin embargo, que los casos destacados reflejen el comportamiento de la denuncia de las agresiones contra las mujeres. Según datos del Instituto Medicina Legal, el número de denuncias sigue una pauta ascendente año con año. Contrariamente, en el estudio, el año que más denuncias se reportan por esa fuente coincide con el año que menos reflejo tiene en la prensa la violencia contra las mujeres.

Las causas que están en la base de la violencia que sufren las mujeres es un tema siempre en debate. Un fenómeno complejo no puede ser saldado con afirmaciones ligeras -como aparece en la mayoría de notas estudiadas- que lejos de ayudar a entender y actuar con mayor eficacia, confunden y entorpecen las acciones que se toman para enfrentarlo. En su mayoría enfocan el problema en torno a la salud mental de los agresores, que puede ser útil en una proporción minoritaria de los casos de violencia, pues está demostrado que la mayoría de los hombres que agreden son psiquiátricamente normales.

Otro recurso explicativo utilizado con frecuencia sobre la causa de la violencia es el alcoholismo. Aunque el alcohol puede desencadenar con mayor facilidad situaciones de maltrato entre la pareja, también se sabe que hay muchísimas agresiones en donde no había huella de agentes externos, como alcohol o drogas. A esto viene a sumarse el hecho de que todos los avances de investigaciones y estudios sobre la violencia (en especial los realizados por grupos feministas) no tienen lugar en el espacio periodístico que crea opinión, reproduciéndose explicaciones tradicionales sin fundamento y plagadas de prejuicios. Y

es que uno de los mayores factores de riesgo en la violencia son los estereotipos de lo que significa ser hombre y ser mujer. La agresión y la sumisión asignadas respectivamente a uno y otro sexo son elementos que forman la identidad de las personas y que entran en juego en situaciones de violencia de manera muy arraigada y confirmada día tras día por el discurso mediático. Curiosamente estos elementos culturales tan profundos y trascendentes quedan fuera de dicho discurso y no aparecen en ninguna de las opiniones de la muestra analizada. Por último, aunque no suele ser la norma, también se encontraron reportajes sobre las movilizaciones que se organizan para celebrar el Día Internacional de la No Violencia contra la Mujer, con estadísticas y puntos de vista sobre las desigualdades de poder entre hombres y mujeres como una de las causas que origina la violencia y los malos tratos.

Con respecto al segundo tema, el de la participación femenina en los temas y decisiones políticas, es el que más apariciones tiene en los diarios en forma de artículos que se ubican en las secciones de política nacional. En las páginas de opinión alcanzan un 17%, apareciendo en un mayor número de editoriales. Pareciera que los diarios tienen más facilidad para opinar sobre este aspecto que sobre otros, pero no lo hacen en muchos casos destacando los avances de género, los esfuerzos por conquistar espacios públicos y la necesidad de ampliar en calidad y cantidad esa presencia nuestra en asuntos estratégicos e importantes para la sociedad.

El tercer tema del estudio -la pobreza- es el que tiene una repercusión menor en la prensa y el que, por cierto, jamás ha aparecido en una primera plana. Con el estudio se pretendía ver cómo se reflejaba en los periódicos el fenómeno de la "feminización de la pobreza"; es decir, la tendencia a que los hogares donde las mujeres son las únicas proveedoras se ubiquen entre los más pobres. Según datos de la CEPAL, para 1997 un 43,5% de los hogares de la zona urbana donde las mujeres son cabeza de familia eran pobres. La misma fuente indica que el 30% de todos los hogares de la zona urbana tienen una mujer como principal proveedora de la familia<sup>6</sup>. Las notas sobre este tema se encuentran en forma de artículos publicados en la sección nacional, aunque en este caso hay un importante número de reportajes sobre la situación de pobreza de las mujeres que aparecen en los suplementos. Estos reportajes suelen hacer énfasis en las carencias de la familia pobre y en el sufrimiento de las mujeres para sacar adelante su familia. La relación de estos casos particulares con el fenómeno social de la feminización de la pobreza suele estar ausente, ya que los reportajes priorizan el aspecto emotivo sobre el análisis y el contexto.

---

6. Véase CEPAL: *Anuario estadístico de América Latina y el Caribe*, Santiago de Chile, 1997.

## Elocuencia de datos en el manejo periodístico

Además del tratamiento de estos temas, las dinámicas usuales en las que se trabaja la información nos obligan a mirar hacia el *manejo periodístico* concreto cuyo análisis arroja datos muy elocuentes<sup>7</sup>:

- *Titulares.* Todos los periódicos manejan temas similares en sus titulares: reformas penales, pena capital, secuestros, salud y derechos humanos. De estos temas, los que más frecuentemente aparecieron como titulares principales fueron: reformas penales y secuestros. Los titulares, en su mayoría, están directamente relacionados con aquellos temas que tocan los sentimientos o sensaciones de las y los lectores, tratando de captar su atención. La presencia de la mujer, de por sí escasa, se supedita a estas normas no escritas que reducen y deforman su papel e importancia.
- *Notas de referencias.* Las notas de referencias que acompañan al titular principal suelen estar relacionadas al tema que éste trata. En los vespertinos, la mayoría de las notas de referencias reiteran el tema de los titulares y suelen ser muy sugerentes, ya que resumen la noticia principal. El que menos notas de referencia tiene en su primera plana es *Co Latino*, que tiende a relatar en su portada una pequeña noticia.
- *Imágenes que dicen mucho.* En las fotografías de las primeras planas pocas veces aparecen mujeres. Cuando se destaca su figura, es en un primer plano a niñas o mujeres de apariencia sencilla, campesinas o de evidente procedencia humilde. Las imágenes femeninas de este tipo aparecen ilustrando temas de salud en los que se recurre con frecuencia a la foto de una mujer con su bebé en brazos esperando ser atendida en un hospital. En la muestra, no aparece ninguna figura femenina relacionada con temas políticos o económicos o que detente algún poder social, además de que su presencia es mucho menor, como vemos en el cuadro siguiente: Veamos el cuadro de las mujeres y hombres en las fotografías:

### Porcentaje de aparición de sexos

Fotografías de mujeres y hombres	55,1 %
Fotografías sólo hombres	28,3 %
Fotografías sólo mujeres	16,6 %
Total	100 %

Según el estudio, la mayoría de las imágenes que aparecen reflejan a grupos de personas y como se ve en el cuadro anterior más de la mitad de ellas muestran una población mixta. Sin embargo, las notas sobre capacitación y

7. Muestro aquí análisis de una muestra de 16 primeras planas de los cuatro periódicos salvadoreños.

formación, con personas que detentan algún tipo de responsabilidad social, se ilustran con fotografías en las que los hombres aparecen más frecuentemente.

- *Los pies de fotos.* El uso del masculino y femenino en el lenguaje es objeto de controversia. Hay argumentos para todos los gustos, desde quienes dicen que hacen pesada la lectura hasta quienes señalan que no es necesario destacar el femenino porque el genérico masculino ya contempla la presencia de las mujeres. En el estudio las fotografías muestran el comportamiento del lenguaje en aquellos casos en los que aparece un porcentaje alto de población mixta, como vemos en el cuadro. Cuadro sobre pies de fotos:

**Porcentaje del lenguaje en pies de foto**

Fotografías en las que se incluye a las mujeres en el colectivo masculino	32 %
Fotografías en las que aparecen hombres y son reconocidos expresamente en pie de fotos	28 %
Fotografías en las que se especifica la presencia de las mujeres	17 %
Fotografías con leyenda que no especifica el sexo	5 %
Fotografías en las que sólo aparecen mujeres y se les ubica con un calificativo masculino	8 %
Total	100 %

En el 45% de las fotografías en las que aparecen mujeres en fotos mixtas, los pies de fotos no destacan su presencia y las engloban en el genérico masculino. Pero también hay un 12% de fotografías, en las que sólo aparecen mujeres, en las que también se les ubica como colectivo masculino. Sólo en un 23% de todas las fotografías en las que aparecen mujeres los pies de fotos se refieren a ellas en femenino. Hay un elemento más que llama la atención y es que en aquellas fotografías donde se utiliza el lenguaje femenino son las que destacan en situaciones problemáticas.

## **Las mujeres en los medios masivos de comunicación: ¿una proyección de desarrollo?**

En esta manera de concebir y reflejar a las mujeres juega un papel importante el hecho de que la mayoría de los medios de comunicación son controlados por hombres y, a pesar del incremento de la presencia femenina en esta parcela laboral, siguen siendo hombres los que ocupan las posiciones claves y los que monopolizan ciertas secciones de los medios como las de política, economía o deportes.

En El Salvador, como en la mayoría de países latinoamericanos, a pesar de la llegada creciente de mujeres a los medios de comunicación, especialmente después del conflicto armado, no se ha generado un efecto directo en la visión

de la producción mediática ni tampoco ha existido un acercamiento entre las mujeres de los medios y las otras, sobre todo, aquellas mujeres e instituciones promotoras de los derechos de las mujeres, quienes han venido desarrollando un nuevo proceso de lenguaje y aprendizajes más apegados a la realidad y a las demandas de la población femenina. Más allá del distanciamiento, los medios, incluso, han llegado a ser fuente de crítica negativa a las propuestas y al trabajo de las organizaciones de mujeres y feministas; o simplemente han pasado por alto estas temáticas.

El aumento de la participación de la mujer en los medios de comunicación no corresponde con una mayor presencia femenina en cargos de poder y decisión. Fue suficiente un simple vistazo en agosto del presente año a quiénes conducen los espacios de entrevistas en la televisión salvadoreña para comprobar que el 70,6% de las entrevistas televisivas son dirigidas por hombres y sólo un 29,4% por mujeres, y de este porcentaje algunas franjas son compartidas con compañeros hombres y uno de los espacios de entrevistas es parte de un programa dedicado exclusivamente para mujeres, donde se tratan “*los asuntos de mujeres*”, con temas frecuentes como la belleza, dietas, alimentación, familia, etc.

#### Mujeres conductoras de entrevistas televisivas, 2004

Medio	Programa	Hombres	Mujeres
TCS	Frente a Frente	5,9%	
Canal 6	“La Entrevista” de El Noticiero	5,9%	
Canal 8	Conversando Con	5,9%	
	Consejos Médico		5,9%
Canal 10	Hablemos Claro	5,9%	
	Franja de la Calidad Educativa	5,9%	
	PlaticArte	5,9%	
Canal 12	Entrevista al Día	5,9%	
Canal 21	Enfoque Nocturno	5,9%	
Canal 33	Primera Entrevista	5,9%	
	Segunda Entrevista		5,9%
	De Mujer a Mujer		11,7%
	Buena Onda	11,7%	5,9%
	8 en Punto	5,9%	
	14 Programas	70,6%	29,4%

Esta visión sexista que se tiene de la mujer y su ausencia en los contenidos de la información noticiosa se sigue manifestando a pesar de la amplia participación

femenina en la elaboración de los contenidos y mensajes que producen los medios. Veamos el cuadro siguiente, que recoge la ubicación porcentual por sexo en la autoría de las notas según las secciones de tres de los principales periódicos nacionales (agosto de 2004). Podemos ver que del total de notas periodística el 69,63% tiene autoría de hombres; y solo el 30,37% fueron escritas por mujeres; vemos también la ausencia de mujeres en secciones como opinión, deportes y política.

#### Ubicación porcentual por sexo en la autoría de las notas

Sección	Prensa Grafica		Diario Hoy		Colatino		Total	
	H	M	H	M	H	M	H	M
Suceso	8,3%		9,4%	7,5%	4,5%	9%	8,1%	4,4%
Nacionales	18,3%	5,0%	9,4%	5,7%	22,7%	9%	15,5%	5,9%
Política	6,6%	1,7%	7,5%		4,6%	9%	6,7%	2,2%
Opinión	5,0%		7,5%		18,2%		8,1%	
Deportes	11,7%	3,3%	11,3%		18,2%		12,6%	1,5%
Economía								
Negocios	10%	3,3%	7,5%	1,9%			7,4%	3,0%
Departamentos	10%	10%	9,5%	13,2%			12,6%	9,6%
Espectáculos								
y Cultura	3,3%	3,3%	1,9%	5,7%	4,5%		3,0%	3,7%
Totales	73,3%	26,7%	65%	35%	73%	27%	69,6%	30,4%

De ahí que, en los últimos tiempos, no se ha reflejado un cambio tan significativo en los contenidos de la producción mediática; ya que, como en otras esferas del hacer público, se repiten las formas de producir y jerarquizar las noticias; y en la práctica, se siguen ocultando las condiciones de las mujeres y se mantiene el modo de hacer periodismo con la misma visión patriarcal.

Así, mirando al otro lado del micrófono, vemos que la figura femenina es tratada casi como un colectivo uniforme que no tiene intereses variados y que se convierte en objeto de la información más que en creadora o gestionadora de la misma; y menos aún se le trata como protagonista de diversos temas y luchas de interés nacional. En ese sentido, su presencia se requiere más a menudo cuando se tratan temas de derechos humanos relacionados al rol tradicional asignado a las mujeres. Los hombres, en cambio, son requeridos para debatir en torno a temas como las reformas penales, la seguridad pública y todos aquellos otros relacionados con la actualidad política y económica.

Revisando tres de los principales debates televisivos nacionales de un día de semana del mes de agosto del 2004 -en el cuadro de presencia femenina- vemos que sólo 1 de entre 7 participantes es mujer y en este caso para un tema en el que se ve afectada directamente, como es la violencia doméstica.

#### Presencia femenina en los principales debates televisivos

MEDIO	ENTREVISTADO/A		TEMAS
	Hombres	Mujeres	
TCS (Canales 2, 4 y 6) "Frente a Frente"	4		Principales temas de la asamblea legislativa
CANAL 12 "Entrevista al Día"	1	1	Violencia doméstica
CANAL 21 "Enfoque nocturno"	1		Delito ecológico
TOTAL (%)	6 85,7 %	1 14,3 %	

A pesar de este panorama, tampoco podemos dejar de reconocer que se han producido cambios culturales en los últimos tiempos y, con frecuencia, los medios han captado algunos de estos cambios. Por ejemplo, algunas propuestas feministas subyacen en muchas de las protestas y luchas ciudadanas, algunas de las cuales hoy traspasan a los medios; así se habla de tolerancia, de no violencia contra las mujeres, de derechos humanos, de política incluyente, etc. Lo cual ha significado hablar con el lenguaje aprendido y promovido por el movimiento de mujeres y feminista.

### En el camino hacia un real desarrollo: dificultades y retos

Desde nuestro punto de vista, uno de los elementos impostergables para aspirar a una verdadera democracia y un mínimo de desarrollo en nuestros países es sacar a las mujeres, sus luchas y sus preocupaciones de la marginalidad en que los medios las ubican, y de hecho buscar superar la visión estereotipada que de ellas se presenta. De ahí la necesidad de impulsar la reflexión sobre la necesidad de establecer códigos éticos propios de una sociedad democrática en su ruta hacia el desarrollo.

En ese sentido, hay que ponerle atención al lenguaje, éste es parte fundamental de nuestro pensamiento, y no sólo expresa ideas sino que también las produce. Lo que no se nombra, no acaba de existir. Las mujeres invisibilizadas en el genérico masculino no pueden reconocer las especificidades de sus

vivencias. Pensamiento sexista- lenguaje sexista- pensamiento sexista, es un círculo que tenemos que empezar a romper y en esa tarea los medios también tienen un papel protagónico.

Por otra parte, cientos de miles de mujeres en todo el mundo no quieren ser invisibilizadas en genéricos masculinos porque, generalmente, cuando se habla de las problemáticas de los hombres se ignoran las condiciones en que viven las mujeres. Un ejemplo de ello lo hemos visto en el tratamiento que dan los periódicos al tema de pobreza.

Porque en el desarrollo de nuestros países es fundamental el papel que los medios masivos de comunicación pueden jugar en la no reproducción y fomento de lenguajes y actitudes de menosprecio hacia las mujeres, de invisibilización de sus luchas y de minimización de sus reflexiones. Es de vital importancia que la situación de más de la mitad de la población sea abordada de manera seria, que no se siga reproduciendo imágenes femeninas estereotipadas que no coinciden con la existencia de una población femenina diversa en intereses, en opiniones, en preocupaciones, en condiciones de vida, etc.

Sabemos que el reflejo de la mujer en los medios masivos de comunicación demanda ir más allá de la sensibilización de las y los periodistas sobre la situación de las mujeres, porque es un compromiso social de todos y todas exigir acciones concretas que puedan ser evaluadas.

Pero los medios también tienen la obligación, si quieren ser útiles a la sociedad, de reflejar la realidad y sus cambios. Tenemos el desafortunado honor de aparecer en segundo lugar en los índices de violencia en el plano latinoamericano, la población es consciente de ello. ¿Existe la misma conciencia sobre la gravedad de la violencia de género? Si tomamos como referencia el tratamiento que la prensa da a la violencia contra las mujeres, la respuesta es negativa. Un tratamiento poco sistemático, poco serio, centrado en el impacto de casos más que en el análisis del problema es el común denominador en los cuatro años de monitoreo sobre este tema.

Esta manera de abordar los problemas que interesan a las mujeres también está relacionada con las fuentes que sirven para la elaboración de las noticias. Hasta ahora, las organizaciones de mujeres no son un referente importante para la prensa, que sigue alimentando sus páginas de la información que le proporcionan las instancias públicas y que no se toma la molestia de contrastarla para crear un verdadero diálogo social. Es tan grande el espacio como pequeño lo que se pueda hacer. Una teoría que hemos ensayado las mujeres de cara a esta realidad es desarrollar estrategias que realmente incidan en el

cambio de contenidos del mensaje de los medios. Dejar de hacer lo alternativo en espacios marginales, para realmente incidir en los cambios.

De ahí que el gran reto sea encontrar las mejores vías para que se produzcan transformaciones profundas en el contenido y en la democratización de los medios, que recojan una visión de género, no sexista y democrática. Teniendo claros todos los retos que esto significa, como comunicadora y feminista, me atrevo a señalar los siguientes aspectos:

- El problema al que nos enfrentamos no es solamente responsabilidad de los y las comunicadoras pero es imprescindible una tarea de sensibilización para poder variar nuestra mirada a la hora de informar, partiendo de que todo está construido por hombres y mujeres y reubicando así los mandatos de la cultura tradicional que lesionan a las mujeres. Superar ciertos antivalores culturales que impiden a las mujeres hablar e interpretar de economía, política o cultura, nos dará una perspectiva distinta de un mismo hecho enriqueciendo el imaginario social.
- Que en el quehacer periodístico cotidiano se profundice en el conocimiento riguroso y no amarillista de la situación social de las mujeres, difundiendo y estimulando la creación de datos y estadísticas relativos a la misma.
- Es necesario que los cambios en los roles de hombres y mujeres se conviertan en un referente básico en la tarea periodística: develándolos y dando a conocer en los contenidos y mensajes de los medios cuándo y cómo operan.
- Igualmente la sociedad y en especial los responsables de los medios de comunicación debemos empezar a cuestionarnos cómo jerarquizamos la información y cómo podemos influir para que sea más democrática, transformadora y plural; que sea genérica y que considere la diversidad de opiniones, acciones y acontecimientos.
- Y, por último, enfocar nuestros esfuerzos hacia el estudio del imaginario y del mantenimiento de la estructura donde la femineidad se ve subordinada a la masculinidad, como otro de los grandes desafíos que puede dar pautas a un periodismo moderno, incluyente, con nuevos temas y motivos de investigación.

Esta no una labor fácil; es difícil ir rompiendo los muros de la inmovilidad y las ideas de que parece que no es posible cambiar; pero también es parte de un principio y un compromiso en nuestra labor de comunicadoras y comunicadores. Este propósito sólo nos está demandando una práctica profesional con veracidad, contextualización de la realidad, investigación y ejercicio ético.

Es una esperanza el que cada día se incorporen más y más mujeres sensibilizadas a los medios de todas América Latina, y si todas, y también todos, nos

esforzamos, es posible que avancemos hacia otro contenido y otra jerarquización en la producción noticiosa y, por tanto, en la producción de realidades que paulatinamente vayan haciéndose hueco en las realidades del continente.

Como dijo, para finalizar, la periodista feminista mejicana Sara Lovera en el Foro *Más allá de los retos en el periodismo del siglo XXI*: “Queremos que se refleje esta realidad y las otras, que compartimos con los varones, la de todas las desigualdades, la de la pobreza y la falta de oportunidades. Pero comparar con los hombres esa realidad, no justifica el subsumirnos en ella, cuando tenemos otras cosas que decir y otras vivencias, miradas, deseos, propuestas y realidades. Queremos que se cuente esa diferencia, que se note esa diferencia”<sup>8</sup>. Algo que sólo podrá venir de la mano de una comunicación aliada de una vez con el concepto de desarrollo.

## Bibliografía

- CEPAL, *Anuario estadístico de América Latina y el Caribe*, Santiago de Chile, 1997.
- ERRO, Javier, *Sociología de la Comunicación*, UCA, San Salvador, 1995.
- FUNES, Mauricio, “Medios y transición democrática en El Salvador”, *Revista Tendencias*, nº 40, mayo de 1995, San Salvador.
- LAS DIGNAS, “*Estudio de la información aparecida en cuatro diarios nacionales sobre aspectos importantes en la vida de las mujeres (1996-2000)*”, San Salvador, 2001.
- LOVERA, Sandra, “Una propuesta periodística”, Ponencia del Foro *Más Allá de los retos en el periodismo del siglo XXI*, México, 22 de septiembre de 2000. Disponible en: <http://www.cimac.org.mx/rdp/sara.html>.

---

8. LOVERA, Sandra: “Una propuesta periodística”, ponencia del Foro *Más Allá de los retos en el periodismo del siglo XXI*, México, 22 de septiembre de 2000. Disponible en <http://www.cimac.org.mx/rdp/sara.html>