

Los procesos de producción informativa y la reproducción de estereotipos de género. Una aproximación al trabajo en los medios de comunicación en el contexto del debate sobre la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres

Florencia Laura Rovetto*

Resumen

Este trabajo presenta los principales apuntes y avances de una investigación en proceso de desarrollo, centrada en el análisis de la representación de las mujeres y la reproducción de los estereotipos de género en el contexto global de la producción informativa de medios gráficos y audiovisuales de la provincia de Santa Fe (Argentina), en el marco actual del debate sobre la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, impulsado por distintas leyes de carácter nacional, recientemente promulgadas. Este trabajo fue presentado en el *GT 16 Estúdios de Periodismo* del *XI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación*, realizado en la ciudad de Montevideo en mayo de 2012.

Introducción:

En la actualidad, Argentina participa del debate sobre la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, que se ve claramente reflejado en las novedades producidas en la legislación: la Ley 26.485 de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres en los Ámbitos en que Desarrollen sus Relaciones Interpersonales, promulgada el 01 de abril de 2009, en donde se destaca el Artículo 6º, apartado f), que hace referencia a la *“Violencia mediática contra las mujeres: aquella publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipados a través de cualquier medio masivo de comunicación, que de manera directa o indirecta promueva la explotación de mujeres o sus imágenes, injurie, difame, discrimine, deshonre, humille o atente contra la dignidad de las mujeres, ... o construya patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o generadores de violencia contra las mujeres;* y la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, promulgada en febrero de 2010, en la que se destaca el Artículo 1º, donde se plantea *“...mejorar la*

capacidad de las mujeres para utilizar los medios informativos y la comunicación...”, y el Artículo 3º, en el que se propone como objetivo “promover la protección y salvaguarda de la igualdad entre hombres y mujeres, y el tratamiento plural igualitario y no estereotipado, evitando toda discriminación por género u orientación sexual”.

Aquí, partimos de reconocer que los medios de comunicación son las instituciones con mayor poder para elaborar y trazar directa o indirectamente las pautas culturales de las sociedades, y que dichas pautas, generalmente, desplazan, excluyen o marginan a la mayoría de la población que no se encuentra en los centros de poder.

A partir de este primer diagnóstico es que surge la inquietud por el análisis de las rutinas de trabajo periodísticas, atendiendo a los procesos de construcción de las informaciones propios de los medios locales. Concretamente nos centraremos en medios gráficos y audiovisuales de la provincia de Santa Fe en el contexto actual del debate sobre la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres que se ha instalado en distintos ámbitos de la sociedad, y esto conforma el núcleo del plan de trabajo para el próximo período.

A su vez, el análisis de los medios de comunicación desde las perspectivas del discurso de género y de la diferencia sexual ofrece propuestas que enriquecen la discusión abierta sobre el tema de esta investigación y pone de manifiesto que en el siglo XXI sigue sin estar resuelto el problema de la discriminación por razones de género en la producción de noticias. De ahí que aquí nos centremos en analizar las repercusiones normativas en los escenarios donde se construye el relato periodístico en función del servicio público y la responsabilidad social sobre la representación de los principios de igualdad entre mujeres y hombres a la que los medios están obligados. Para ello, nos centramos en analizar la representación de las mujeres y la reproducción de los estereotipos de género en el contexto global de la producción informativa de medios gráficos y audiovisuales de la provincia de Santa Fe. Este análisis nos permite deducir la importancia, el relieve o el interés que despierta, o no, la equidad de género en el marco del cumplimiento de la nueva normativa legal.

En esta línea, nos centraremos en observar las rutinas de trabajo periodísticas atendiendo la composición de género y a la distribución de roles y funciones de mujeres y hombres en los procesos de toma de decisiones en los consejos de redacción que afectan a los temas de género. Por último, con el fin de deducir si existen mecanismos específicos que conduzcan a una representación sesgada de la realidad y a la trasmisión de los estereotipos de género propios en la construcción de mensajes periodísticos de los medios de comunicación local, nos centramos en indagar

las prácticas profesionales periodísticas en función de caracterizar el tipo de representaciones de estereotipos de género, teniendo en cuenta variables de invisibilización de problemáticas específicas que afectan a las mujeres.

2. Diagnóstico de la situación

Si bien, las sociedades actuales conocen, se informan y se comunican a través de los medios de comunicación y estos constituyen el instrumento más eficaz para conseguir mayores grados de autonomía y libertad para alcanzar el desarrollo individual y colectivo en todas las dimensiones de la vida, la información, también, conlleva la capacidad de ofrecer alternativas y puntos de vistas que deben ser contemplados, a su vez, por quienes la elaboran. Por lo tanto, la profesión periodística debe hacer frente continuamente a retos a los que está obligada por su condición de intermediaria de ese flujo constante de ideas, acontecimientos, opiniones, formas de ser y estar para poder elaborar piezas y relatos más acordes con los planteamientos que se construyen en las actuales sociedades.

Nuestras investigaciones se han centrado en el análisis de contenido mediático aplicando el Test ADShⁱ para evaluar la representaciónⁱⁱ del trabajo de las mujeres como protagonistas (activas o pasivas) de las informaciones, comparando el tratamiento que realizan los principales periódicos de actualidad en España (*ABC* y *El País*) y Argentina (*La Nación* y *Página 12*) y analizando cómo son enfocadas las mujeres en relación a una de las principales transformaciones sociales contemporáneas dada su incorporación masiva al trabajo remunerado a partir de la segunda mitad del siglo XXⁱⁱⁱ.

Los datos obtenidos en nuestros estudios manifiestan un comportamiento similar de los textos periodísticos publicados durante el período 2006/2010 en ambos países. La prensa escrita no ha sido permeable, en general, a los cambios sociales y a las modificaciones normativas más recientes que afectan a la equidad entre mujeres y hombres, salvo algunas excepciones. A su vez, hemos constatado que se da una ausencia casi total de referencias a la necesidad de generar un debate sobre la situación del empleo de las mujeres que comprenda temas como la precariedad, la conciliación familiar y laboral, la doble jornada de trabajo y la igualdad de oportunidades, y que incluya a diferentes protagonistas individuales o colectivos y a las propias involucradas, dejando afuera de los medios la capacidad de reconocer y valorar como significativas a la diversidad de mujeres que trabajan y cumplen diferentes roles en la sociedad y cuyas actuaciones repercuten sobre el conjunto de la ciudadanía.

Ciertamente, el análisis comparativo de la prensa de actualidad publicada en España y Argentina confirma la existencia de una *mirada informativa* compartida por las cabeceras que nos permite afirmar que, a excepción del diario *Página 12*, los diarios analizados así como las mujeres y hombres periodistas profesionales que firman las noticias, comparten una mirada informativa preferentemente androcéntrica, invisibilizando la incorporación al trabajo remunerado de la mayoría de las mujeres de diferentes condiciones sociales y procedencias que participan activamente en la conformación de las sociedades actuales. A su vez, pudimos determinar que los colectivos de mujeres constituyen un repertorio muy reducido en el enfoque de los diarios analizados, pero precisamente por esto, es significativo que nos detengamos ejemplificar quiénes son estas mujeres.

Del vaciado de las informaciones y la sistematización de los datos obtenidos mediante el análisis del enfoque y tratamiento que los periódicos realizan de la representación de las mujeres se desprende que los ejemplares del diario *El País* y del diario *Página 12*, enfocan a una mayor cantidad y diversidad de protagonistas colectivas en el período analizado. A su vez, el mayor número de colectivos de mujeres protagonistas es presentado, por ambas cabeceras, en contraste con la escasa presencia de colectivos femeninos que se registran en los diarios *ABC* y *La Nación*. Sin embargo, nos llama la atención la victimización que hace *El País* de algunos colectivos cuando se trata de **las trabajadoras inmigrantes** en España, ya que mientras, por un lado, enfoca a las **empresarias chinas** que se instalan exitosamente en Cataluña, por el otro, aluden a **los problemas de las jornaleras rumanas** durante la cosecha de la fresa en el sur del país. En cambio, destacamos una gran presencia de mujeres enfocadas como colectivo en el diario *Página 12*, entre las cuales podemos visibilizar a las **trabajadoras inmigrantes** que fueron rescatadas de distintos prostíbulos de las localidades bonaerenses tras ingresar al país engañadas por una organización que les prometía trabajo en casas de familia.

Por otra parte, en los diarios españoles las designaciones que reciben algunos colectivos de mujeres no identificadas, hacen referencia a las actuaciones que realizan o que padecen, y al país de origen o la nacionalidad. Este tratamiento nos permite afirmar que la manera de presentar el fenómeno de la inmigración promueve una visión distorsionada de la integración de mujeres extranjeras en la vida laboral española^{IV}. Sin embargo, las escasas referencias a colectivos de inmigrantes registradas en todas las cabeceras, nos hacen reflexionar acerca de la falta de un debate profundo sobre la situación de estas mujeres en el ámbito laboral: sobre la precariedad que soportan, sobre los problemas singulares para conseguir su regulación laboral, trabajando en el mercado sumergido, sus demandas laborales, o la falta de

servicios específicos, etc. Así que, pudimos determinar que el tratamiento que reciben es, en muchos casos, pasivo y sin capacidad de intervenir o tomar decisiones que repercutan sobre sus propias vidas y sobre la comunidad. Esta ausencia significativa de referencias a inmigrantes como trabajadores afecta tanto a mujeres como a hombres.

Al analizar las protagonistas que se presentan individualmente vemos que, aquí también, todas las cabeceras comparten un enfoque y un tratamiento de tipo androcéntrico que privilegia a mujeres de las clases dominantes vinculadas al ejercicio del poder político, económico y social. Esto queda demostrado por el predominio de informaciones protagonizada por mujeres que se desempeñan en la política y el mundo del espectáculo.

En términos generales, podemos afirmar que los diarios españoles también enfocan a distintas mujeres destacadas por su profesión pero, a su vez, ligadas a conflictos o situaciones de vulnerabilidad en su vida privada. Estas informaciones hacen alusión, principalmente, a tres tipos de situaciones protagonizadas por mujeres: conflictos sentimentales o legales, accidentes y enfermedades, y relaciones interpersonales con familiares o parejas sentimentales. La mayor parte de las informaciones de este tipo, enfocan a mujeres de distintas edades y condiciones en situaciones conflictivas, representándolas como sujetos agentes o padecientes de malos tratos y enfermedades o como acusadas penalmente. Estas protagonistas son, principalmente, las mujeres que trabajan en el mundo del espectáculo o pertenecen a las casas reales europeas (actrices, cantantes, modelos, princesas, etc.) y que registramos, generalmente, en las secciones “Gente”, “Sociedad” o “Cultura y Espectáculos” de las cabeceras españolas.

En este punto, podemos resumir que muchas protagonistas enfocadas individualmente aparecen diluidas en el concepto de familia: madres, hijas, parejas, ex parejas. En estas noticias, los nacimientos, las celebraciones y los casamientos tienen un lugar importante, reforzando la representación de los rituales básicos de la vida asociado a las mujeres. Y estas designaciones, lejos de fomentar los valores igualitarios de la sociedad, invisibilizan sus proyectos laborales o profesionales y refuerzan estereotipos sociales vinculados a la tradicional división del trabajo que asigna a las mujeres roles relacionados con la familia, producidos en los escenarios domésticos.

Con esta investigación se pone en evidencia que la representación del trabajo de las mujeres en la prensa en las cabeceras estudiadas de ambos países, a lo largo del período seleccionado no muestra cambios significativos, a excepción de las informaciones protagonizadas por mujeres, registradas en el matutino argentino, *Página 12*, en el cual detectamos una diversidad de mujeres protagonistas por su

profesión y trabajo, así como un tratamiento más amplio y menos estereotipado de las mismas. Entre las profesiones o actividades que desempeñan las protagonistas de las noticias relevadas en el diario *Página 12* pudimos encontrar: empleada de bar, pequeña productora agropecuaria, diplomática, jueza, filósofa, directora de cine, escritora, etc...

Hasta aquí hemos expuesto a modo de ejemplo, algunos de los resultados obtenidos mediante la aplicación del Test ADSH a una muestra de periódicos seleccionados de la prensa española y argentina durante el período 2006/2010 que nos permiten verificar que el bajo nivel de visibilidad del trabajo de las mujeres en la prensa no se corresponde con una realidad social que se ha transformado incesantemente en los últimos años.

Las conclusiones de esta investigación nos permiten afirmar que las noticias analizadas en las cabeceras estudiadas, a su vez, gozan de credibilidad y validez informativa porque están legitimadas racionalmente por los profesionales y los medios que elaboran las noticias. Y esta legitimidad se completa con la aportada por el público lector, de tal manera que podemos decir con Bueno Abad que la preferencia por los medios impresos nos *“indica que la prensa diaria denota, en nuestro contexto, que este medio cumple todavía una función de status y de diferenciación de rol, ya que se asocia con los intereses masculinos”* (Bueno Abad, 1996: 16). Por lo tanto, los medios impresos nos indican el modo en que debemos organizar y categorizar racionalmente los conocimientos sobre el mundo en que vivimos (mujeres y hombres) y esto nos permite afirmar que, a pesar de los cambios producidos en la realidad del trabajo de las mujeres, los diarios analizados persisten en ofrecer una imagen reduccionista y parcial de la realidad compartida diariamente por toda la comunidad. Por eso, reconocemos que, a pesar de contar con los instrumentos legales y tecnológicos para revertir o al menos modificar esta situación, en los medios de comunicación no existe una representación equitativa y un acceso igualitario de todos los miembros de la sociedad.

De ahí que planteemos la necesidad de hacer un reconocimiento de las mujeres, sacarlas de la invisibilización y convertirlas en agentes productoras y merecedoras de políticas públicas destinadas a conseguir una verdadera equidad social, material y simbólica que vaya más allá de los postulados normativos^v.

La evolución hacia una sociedad justa e igualitaria, basada en la participación real de toda la ciudadanía en los escenarios de poder político económico y social, depende de la supresión de las disparidades y obstáculos que limitan el empleo y la evolución

profesional de las mujeres, así como de eliminar su exclusión o su presencia estereotipada en los medios de comunicación. Somos conscientes de que estos cambios sólo serán posibles propiciando el reconocimiento del conjunto de la ciudadanía como constructores de la realidad social. Para lograrlo, es necesario que los medios de comunicación, principalmente quienes trabajan en ellos y quienes los estudian, sean capaces de deconstruir los valores androcéntricos, fomentando una participación equilibrada de mujeres y hombres en la toma de decisiones políticas que contribuyan al desarrollo del conjunto de la sociedad, en particular en un contexto de ralentización económica como el actual.

3. Delimitación teórico metodológica de la investigación.

A partir de este diagnóstico sobre el enfoque y tratamiento de la representación del trabajo de las mujeres en la prensa es que surge la inquietud por el análisis de las rutinas de trabajo periodísticas, atendiendo a los procesos de construcción de las informaciones en los medios locales. De esta manera, el núcleo del plan de trabajo se centra en abordar los medios gráficos y audiovisuales de la provincia de Santa Fe en el contexto actual del debate sobre la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres que se ha instalado en distintos ámbitos de la sociedad.

El análisis de los medios de comunicación desde las perspectivas feministas y de géneros ofrece propuestas que enriquecen la discusión abierta sobre el tema de esta investigación y pone de manifiesto que en el siglo XXI sigue sin estar resuelto el problema de la discriminación por razones de género en la producción de noticias.

Por su parte, las relaciones entre mujeres y hombres han experimentado cambios notables a lo largo del siglo XX, especialmente en las últimas décadas y primeros años del siglo XXI. Y estos cambios se derivan, en buena parte, de las transformaciones que ha experimentado el trabajo que realizan, tanto en el ámbito doméstico como en el ámbito público. ¿Cómo han representado los medios de comunicación de masas estos cambios de la sociedad? ¿Han ofrecido una versión clara de las iniciativas de mujeres y hombres que han protagonizado estas modificaciones? ¿Las han promovido positivamente? ¿Las han frenado, ofreciendo imágenes negativas? ¿O han mantenido imágenes anquilosadas, como si las relaciones entre mujeres y hombres se mantuvieran inmutables? ¿Todos los medios de comunicación se han comportado de la misma manera, o existen diferencias entre las versiones que ofrecen de la realidad? Y finalmente, nos preguntamos por cómo se trabaja en las redacciones, cuáles son las rutinas periodísticas en relación a quiénes toman las decisiones y cómo afectan las

relaciones de género al reparto de poder en la producción informativa de los medios de comunicación.

A su vez, se reconoce ampliamente que los avances en el periodismo de género y en la equidad de género en los medios de comunicación van de la mano con la democratización de las comunicaciones a todos los niveles^{vi}. Es, justamente, para abordarlos que se debe contar con estrategias políticas, pues como dijo en alguna oportunidad Eliseo Verón, es en la capacidad de distribución de significados donde reside el poder.

Es por este motivo que aquí nos centramos en analizar las repercusiones normativas en los escenarios donde se construye el relato periodístico en función del servicio público y la responsabilidad social sobre la representación de los principios de igualdad entre mujeres y hombres a la que los medios están obligados.

Finalmente, con esta investigación esperamos contribuir a generar prácticas de visibilización del trabajo de las mujeres en los medios de comunicación que nos permitan encontrar posibles soluciones colectivas para hacer informaciones significativas, diversas, plurales e inclusivas que enfoquen los cambios protagonizados por las mujeres y legitimen su participación aún en los escenarios de poder.

En este trabajo hemos pasado de la investigación centrada en el análisis de contenido, comparando la representación del trabajo y de las transformaciones sociales protagonizadas por las mujeres en los principales periódicos de actualidad de España y Argentina, al análisis de las rutinas de trabajo periodísticas, atendiendo a los procesos de construcción de las informaciones propios de los medios locales. Para llevar adelante esta etapa de la investigación hemos concentrado el análisis en un repertorio de medios gráficos y audiovisuales ubicados en la provincia de Santa Fe, delimitados temporalmente por la actualidad de los debates sobre la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y sobre la equidad de géneros, que se han instalado en distintos ámbitos de la sociedad argentina en los últimos años.

Ciertamente, la irrupción actual del debate sobre la igualdad de oportunidades y equidad de géneros en los medios de comunicación refleja, en parte, los escasos e insuficientes avances producidos en el país sobre estas reivindicaciones sostenidas por los colectivos de mujeres y también por otros sectores históricamente marginados, y se inscribe en las demandas sobre el pleno ejercicio de los derechos de ciudadanía en la actual sociedad democrática.

De ahí que, en este período de trabajo, focalicemos la investigación en la evaluación de las rutinas de trabajo de mujeres y hombres en los medios de comunicación y en el análisis de las repercusiones normativas en los escenarios donde se construye el relato periodístico, en función del servicio público y la responsabilidad social sobre la representación de los principios de igualdad y equidad entre mujeres y hombres a la que los medios están obligados. Con este trabajo nos centraremos tanto en la producción informativa de medios gráficos y audiovisuales como en el proceso productivo mismo y en las interacciones laborales cotidianas en los medios de comunicación.

Siguiendo este posicionamiento epistemológico, durante el período informado, hemos podido alcanzar los objetivos particulares contruidos para ser completados en la primera etapa de la investigación. Asimismo, en concordancia con los objetivos propuestos, también hemos podido llevar a cabo las acciones derivadas de la estrategia metodológica que organiza el conjunto de la investigación.

De esta manera, y de acuerdo a lo establecido en el plan de trabajo para el período, hemos concluido la primera etapa del desarrollo de la investigación destinada a realizar:

Los principales estudios que conforman las referencias teóricas y empíricas de la investigación, centrados tanto en el análisis de los medios de comunicación como en el análisis del trabajo de las mujeres periodistas a partir de la definición de indicadores de equidad de géneros.

Los aportes realizados sobre estas temáticas no abundan a nivel local ni tienen una larga trayectoria. Sin embargo, hemos podido reseñar algunas contribuciones que dan cuenta de su emergencia y formulación actual en el ámbito académico así como en el campo de intervención de las prácticas periodísticas en los medios de comunicación. Entre los primeros se destacan los trabajos que articulan los estudios de géneros y de comunicación demarcando un novedoso territorio del saber que interpela, en sus propios ámbitos, las concepciones tradicionales de la investigación en el análisis de los fenómenos culturales, observando sus lagunas frente al androcentrismo dominante en la ciencia.

Estos aportes se sustentan en la diversidad de enfoques y el ejercicio de la transdisciplinariedad como garantes de su legitimidad para construir objetos de estudio y conceptos operativos que puedan ser aplicados a un universo de procesos sociales y comunicacionales dinámicos y cambiantes.

En relación a los estudios vinculados a la práctica periodística en el país, se rescatan los trabajos analíticos llevados adelante por colectivos profesionales (PAR -Periodistas Argentinas en Red-; Artemisa comunicación) y organizaciones sociales (Equipo Latinoamericano de Justicia y Género; Articulación Regional Feminista) sensibles a la temática que, en los últimos años, han podido sistematizar investigaciones rigurosas para fundamentar propuestas concretas de “buenas prácticas” en pos de generar mayores grados de equidad de géneros en la tarea periodística y en las representaciones sociales de los productos mediáticos (Agenda de Temáticas de Géneros o Protocolos para el tratamiento de temas de géneros). En el transcurso de la última década, los estudios se han orientado hacia aspectos muy heterogéneos, utilizando metodologías muy variadas. Se vuelve con insistencia al papel de las mujeres como comunicadoras, ya sea en los medios masivos o en la prensa alternativa. Su creciente participación en la producción periodística es correlativa a su masiva incorporación a las carreras universitarias de esta especialización. Pero las conclusiones de estos trabajos no permiten relacionar con optimismo este crecimiento cuantitativo y cualitativo de las comunicadoras con cambios significativos en la distribución de poder en la tarea periodística al interior de las organizaciones; ni con transformaciones sustanciales en el enfoque y tratamiento informativo que los medios hacen de la realidad de las mujeres como protagonistas de las noticias.

El estado de la cuestión se completa con aportes provenientes de otros países con mayor tradición en estudios que vinculan la perspectiva feminista y de géneros con la ciencia de la comunicación. Si bien existen diferencias lógicas en los niveles de desarrollo y en las preocupaciones particulares de cada región, estas temáticas, son compartidas por centros de investigación europeos e iberoamericanos, poniendo en evidencia la igualdad que genera la discriminación universal de la mujer o el denominador común de vivir todas las mujeres bajo el régimen del patriarcado (y el capitalismo).

En este sentido, una de las contribuciones más relevantes la encontramos en el Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP), llevado adelante por la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC por sus siglas en inglés). Este informe se realiza cada cinco años y mide el impacto en las relaciones de género y la representación de mujeres y hombres en los medios noticiosos del mundo. Sus primeros resultados publicados en 1995 influyeron en las conclusiones de la IV Conferencia Mundial de Mujeres de Beijing. El GMMP es la investigación de género en los medios más extensa que existe ya que se realiza, simultáneamente, en más de 100 países. El último monitoreo (2010) también se realizó en Argentina y sus conclusiones ponen de manifiesto la inequidad y segregación laboral en los medios de comunicación

locales y sobre la representación mediática de roles estereotipados de géneros. Sus resultados ponen de manifiesto que la realidad es mayoritariamente contada por hombres y también por mujeres que asumen una perspectiva que refuerza los valores dominantes y favorece los estereotipos y prejuicios sexistas.

A su vez, hemos relevado estudios empíricos realizados en España que ofrecen modelos de análisis e interpretación de datos sobre producción informativa y reflexiones críticas sobre la incidencia de las prácticas productivas de información en la transmisión y el mantenimiento de los estereotipos de géneros.

Finalmente, exploramos estudios diagnósticos y estadísticos sobre la situación laboral de las mujeres elaborados recientemente a nivel mundial y en el país, algunos de los cuales incorporan criterios de evaluación del Índice de Equidad de Género (IEG) que mide la brecha entre hombres y mujeres en la educación, la participación económica y presencia de hombres y mujeres en empleos altamente calificados. Las conclusiones de este tipo de estudios coinciden en señalar que la información diaria, tal como la conocemos hoy, es un discurso que no contempla entre sus presupuestos y planteamientos la dimensión de género. Y el hecho de no contemplarla implica que las representaciones producidas por los medios de comunicación, como discursos socialmente significativos, no problematizan las cuestiones derivadas de las relaciones entre los sexos, por lo cual, no dota de significación informativa la diferente posición que ocupan mujeres y hombres en la sociedad.

Ciertamente si los medios son agentes de socialización de primer orden en la sociedad, si ofrecen los elementos a partir de los cuales cada individuo construye su percepción de la realidad, es fundamental conocer quién elabora los mensajes. De esta definición se desprende la delimitación del objeto de estudio sometido a análisis: las prácticas de producción periodística teniendo en cuenta la distribución de poder en relación a los condicionantes de género y sexo. En el estudio de este objeto intervienen diferentes dimensiones que conforman los indicadores del proceso: la desigualdad de retribuciones; el acceso y promoción profesional -techo de cristal-; la especialización por áreas de trabajo; las políticas de conciliación laboral; las prácticas de acoso laboral; el tratamiento de temáticas específicas (derechos sexuales y reproductivos, violencia de género, identidad sexual y de género; prostitución y trata); la agenda de género y las previsiones informativas; y la incidencia de la normativa legal sobre igualdad de oportunidades en la organización, entre otras.

A su vez, el objeto de estudio es subsidiario de las investigaciones precedentes centradas en el análisis de contenido de los medios de comunicación, cuyas conclusiones nos han permitido afirmar que la progresiva incorporación de mujeres a

la profesión periodística en los últimos años no ha modificado sustancialmente una *mirada informativa androcéntrica* que, además, se muestra insensible a las nuevas posiciones que ocupan las mujeres en los escenarios públicos. Estas transformaciones no han sido suficientes para cambiar las representaciones mediáticas que persisten en menospreciar el papel de las mujeres y buena parte de los hombres como protagonistas activos y activos de la vida social, y en marginarlos como víctimas o amenazas.

La preocupación por la situación profesional de las mujeres periodistas ha sido recogida también por las recientes normativas promulgadas para favorecer la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en todos los ámbitos y para eliminar las imágenes estereotipadas de géneros que *construyen patrones socioculturales reproductores de la desigualdad* (Ley 26.485 y Ley 26.522).

En esta línea, el concepto de cultura periodística, entendida como la ideología, valores, normas y prácticas específicas que comparten todos los periodistas de una redacción para significar y resignificar acciones y contenidos en constante negociación, ha abierto un nuevo ámbito de exploración.

La organización del trabajo periodístico y la producción de mensajes mediáticos necesitan ser revisitados a partir de reconocer que en ellos participan de maneras diferenciadas mujeres y hombres, puesto que sus roles sociales no han sido los mismos; otros problemas, como la violencia de género, la carencia del reconocimiento de los derechos reproductivos, la emergencia de la diversidad sexual, la visibilización del trabajo doméstico, entre otros, han enriquecido el conocimiento y el análisis de la realidad de nuestro país y nuestra región.

Este estudio aborda simultáneamente las producciones y rutinas periodísticas de mujeres y hombres centrándose en el ámbito laboral de los medios de comunicación, al mismo tiempo que indaga en las representaciones simbólicas sobre géneros de los mensajes producidos en el contexto de las promulgaciones legislativas antes mencionadas.

Partimos de considerar que los medios no solucionan conflictos o problemas, pero sí pueden generar un ambiente propicio en la sociedad para promover ciertas mejoras que contribuyan a fortalecer la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en todos los ámbitos. En este sentido, abordamos problemas derivados de la relación entre géneros y la información periodística desde dentro de las organizaciones informativas. De acuerdo con los puntos de partida señalados, orientamos este trabajo

hacia un tipo de investigación sociocrítica mediante técnicas de análisis cualitativas. Entendemos que un abordaje así requiere una actitud comprensiva (en el sentido fenomenológico) hacia los valores y significados de las prácticas del colectivo estudiado; un respeto escrupuloso por el contexto; y una posición reflexiva y crítica por parte de quien investiga. Por lo tanto, en esta investigación trabajamos integrando diversos métodos provenientes de las tradiciones cualitativas y cuantitativas atendiendo a una cierta prudencia metodológica y al principio de utilidad en la combinación y complementación de técnicas de recogida de datos.

De acuerdo con este posicionamiento, aplicamos técnicas de revisión de documentos organizacionales y legales; realizamos observaciones de las rutinas de trabajo en las redacciones de los medios de comunicación; realizamos entrevistas a diversos miembros del colectivo estudiado (periodistas y personal administrativo de los medios, referentes sindicales); y ampliamos el análisis de contenido de los mensajes producidos en el período estudiado.

4. Antecedentes de la investigación

En relación a la representación de mujeres y hombres en los medios de comunicación (prensa, radio y televisión) el proyecto *Global Media Monitoring Project* (GMMP) es la investigación sobre género y medios de comunicación más extensa y rigurosa que se ha realizado hasta el momento. Este proyecto fue impulsado a partir del Congreso Internacional por la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC), una ONG internacional que promueve la comunicación para el cambio social.

El informe se realiza cada cinco años y mide el impacto en las relaciones de género y la representación de mujeres y hombres en los medios noticiosos del mundo. Sus primeros resultados, publicados en 1995, influyeron en las conclusiones de la *IV Conferencia Mundial de Mujeres de Beijing* (Gallagher, 2005:10)^{vii}.

Se debe reconocer que desde Beijing a esta parte, en muchos lugares del mundo, se ha progresado en la dimensión de género de los contenidos periodísticos (al menos en algunos aspectos), ya que en la agenda mediática se han ido incorporando, paulatinamente, temas antes “invisibles” (como la violencia contra las mujeres o el aborto). También ha habido una importante apropiación de las TIC’s por parte del movimiento de mujeres, constituyendo redes con mayor equidad en el número de mujeres y varones en el ejercicio de las prácticas comunicativas (Chocarro, 2007).

Sin embargo, a más de quince años de la Conferencia de Beijing no ha habido grandes cambios en cuanto a la situación de las mujeres como protagonistas de las noticias: aunque, en la actualidad, las mujeres representan el 51% de la población mundial, constituyen sólo el 24% de las personas que figuran en las noticias, y solamente en un 10% de los casos son foco central de las noticias, según el GMMP.

A la luz de estos datos, la Federación Internacional de Periodistas (FIP) ha pedido a los medios que tomen medidas para intensificar la presencia de las mujeres en la información, tanto entre los profesionales del periodismo como en los temas tratados en las noticias. Aidan White, Secretario General de la FIP, ha señalado que *“en el mundo entero, las organizaciones y medios de comunicación siguen dominados por los hombres. Las mujeres deberían acceder a los puestos de decisión en manera equitativa. Una vez se lleve a cabo ese cambio, cambiarían significativamente las maneras informativas y el modo en el que se trata a las profesionales en los medios”*^{viii}. Ciertamente, en muchos países hay una importante presencia de mujeres en las redacciones, pero los medios de comunicación todavía son un dominio masculino si se examinan los puestos más altos. Las mujeres tienen pocas oportunidades de progresar en la profesión (metáfora del “techo de cristal”), incluso están, significativamente, ausentes en los sindicatos que las representan.

A su vez, en investigaciones anteriores sobre la representación de mujeres y hombres en la prensa (Rovetto, 2010) llegamos a la conclusión de que *la mirada informativa* ha persistido en un enfoque *androcéntrico*^{ix} -esto es, que centra la atención de forma preferente en los varones adultos que ocupan los escenarios públicos del poder y del saber- que se ha anquilosado y se ha hecho cada vez más abstracto. Las mujeres, en la prensa de información general, continúan apareciendo de forma marginal, como si no se hubieran incorporado, cada vez más, a los espacios públicos a los que estos periódicos atienden especialmente^x.

De ahí que, en este nuevo proyecto de investigación, nos centremos en analizar las repercusiones normativas en los escenarios donde se construye el relato periodístico en función del servicio público y la responsabilidad social sobre la representación de los principios de igualdad entre mujeres y hombres a la que los medios están obligados. Para ello, nos centramos en analizar la representación de las mujeres y la reproducción de los estereotipos de género en el contexto global de la producción informativa de medios gráficos y audiovisuales de la provincia de Santa Fe. Este análisis nos permite construir una perspectiva amplia de la lógica de funcionamiento de los medios de comunicación y deducir, a partir de ello, la importancia, el relieve o el

interés que despierta, o no, la equidad de género en el marco del cumplimiento de la nueva normativa legal.

5. Principales avances de la investigación

Hasta el momento, nos hemos centrado en la elaboración del estado de la cuestión y la jerarquización del aparato conceptual que corresponden a la primera etapa de actividades y cobra relevancia en la validación constante de los objetivos particulares del plan de trabajo. Esta etapa se constituyó mediante una exploración bibliográfica que nos permita confeccionar un estado de la cuestión de los estudios sobre medios de comunicación y género en nuestro país y en la región, teniendo en cuenta la escasa producción local sobre la temática de la asimetría laboral y representacional en los medios de comunicación, las representaciones estereotipadas y naturalizadas del discurso mediático constituido como forma hegemónica, la influencia ideológica de estas distorsiones y los procesos de producción de las rutinas periodísticas desarrolladas por las y los profesionales.

Asimismo, hemos establecido el diseño del trabajo de campo y la utilización de las técnicas correspondientes a éste para evaluar el impacto y la repercusión de la normativa mencionada en las redacciones de los medios de comunicación local y en los procesos de producción de contenidos mediáticos, teniendo en cuenta los postulados en torno a los procesos de equidad entre mujeres y hombres en los medios de comunicación formulado por dichas leyes. En esta primera etapa, hemos realizado entrevistas a periodistas en las redacciones y a observar las rutinas de trabajo periodísticas atendiendo la composición de género y a la distribución de roles y funciones de mujeres y hombres en los procesos de toma de decisiones en los consejos de redacción que afectan a los temas de género.

Estas actividades nos permiten deducir la existencia de mecanismos específicos que conduzcan a una representación sesgada de la realidad y a la trasmisión de los estereotipos de género propios en la construcción de mensajes periodísticos de los medios de comunicación local, nos centramos en indagar las prácticas profesionales periodísticas en función de caracterizar el tipo de representaciones de estereotipos de género, teniendo en cuenta variables de invisibilización de problemáticas específicas que afectan a las mujeres. Los primeros resultados obtenidos en el trabajo de campo derivado de las entrevistas y la observación están siendo sistematizados y organizados para su redacción y presentación parcial.

Finalmente, con esta investigación esperamos contribuir a generar prácticas de visibilización del trabajo de las mujeres en los medios de comunicación que nos permitan encontrar posibles soluciones colectivas para hacer informaciones significativas, diversas, plurales e inclusivas que enfoquen los cambios protagonizados por las mujeres y legitimen su participación la realidad social y especialmente en los escenarios de poder

Notas:

ⁱ El Test ADSH (Test para evaluar la Amplitud, Diversidad y Sensibilidad Humana de la mirada informativa) es una herramienta metodológica diseñada para realizar análisis de contenido donde se combinan planteamientos cuantitativos y cualitativos para abordar la información. Dicho Test ha sido desarrollado en el marco de las investigaciones producidas por el Seminario Mujeres y Cultura de Masas de la Universidad Autónoma de Barcelona. Para conocer más profundamente los fundamentos, las técnicas y los resultados obtenidos mediante la aplicación del Test ADSH se puede consultar MORENO, A.; ROVETTO, F. y BUITRAGO A. (2007) *¿De quién hablan las noticias? Guía para humanizar la información*, Barcelona: Icaria.

ⁱⁱ La representación se entiende como un modelo que da sentido a un conjunto de datos, que sirve para orientar la acción, la cognición o la valoración de los sujetos. Las representaciones que derivan de los medios de comunicación consisten en interpretaciones de la realidad social o del ambiente y sirven como modelos de influencia social. Las representaciones sociales de los géneros están contenidas en ellas. Estas representaciones también afectan y son afectadas por aquellas que forman parte del sistema cognitivo de los sujetos, y por las representaciones consolidadas que derivan directamente del sistema social, al ser valores de la cultura dominante. Para ampliar estas definiciones ver RODA FERNANDEZ, R. (1989).

ⁱⁱⁱ Partimos de reconocer que los medios de comunicación son las instituciones con mayor poder para elaborar y trazar directa o indirectamente las pautas culturales de las sociedades, y que dichas pautas, generalmente, desplazan, excluyen o marginan a la mayoría de la población que no se encuentra en los centros de poder. En relación a la representación de las transformaciones sociales en los contenidos mediáticos en la actualidad, tomamos como referencia la advertencia de Marshall McLuhan (1967) que señala acertadamente: *“ninguna comprensión del cambio social y cultural es posible cuando no se conoce la manera en que los medios funcionan como ambientes”*.

^{iv} Este tratamiento de las mujeres inmigrantes, en los ejemplares de *El País*, privilegia el estereotipo de las protagonistas como mujeres sumisas de culturas denominadas “atrasadas” que padecen marginación y diversos tipos de abusos en el país de acogida.

^v A su vez, entre las proyecciones de esta investigación señalamos la importancia de seguir profundizando el uso de la metodología del Test ADSH, ampliando el análisis a otros textos periodísticos, a otros medios de comunicación y a las propias audiencias, para contribuir a pensar alternativas de enfoques y tratamientos más amplios, diversos y sensibles, en contraposición a las representaciones estables (unívocas, funcionales y homogéneas) con que la prensa mediatiza la experiencia humana cotidianamente y fomentar así una efectiva y real igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

^{vi} En el “Tercer programa de Acción Comunitaria a Mediano Plazo, 1991-1995” de la Comisión de las Comunidades Europeas para la Igualdad de Oportunidades entre las Mujeres y los Hombres, se señaló que “...el aumento de mujeres en los puestos de toma de decisión y en los empleos creativos de las industria de los medios de comunicación permitirá influir en el contenido de los programas y fomentar una imagen positiva del papel de la mujer en la sociedad”. Resumen del documento disponible en: <http://www.isis.cl> [Consultado: 22/07/2010]

^{vii} El GMMP es la investigación de género en los medios más extensa que existe ya que se realiza, simultáneamente, en más de 100 países. El objetivo de largo alcance de este proyecto es conseguir una representación justa y equilibrada de género en y a través de los medios de comunicación. En el último monitoreo (2010) se analizaron 1.365 diarios, canales de televisión, estaciones de radio y páginas noticiosas en internet; se revisaron 17.795 notas periodísticas y 38.253 personas en las noticias en 108 países, abarcando 82% de la población mundial. El informe 2010 también se realizó en Argentina y estuvo bajo la coordinación del Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos. Los medios monitoreados incluyen Página/12, Crítica, La Nación, Crónica, Clarín, La Capital, de Rosario, Diario Río Negro, Canal 9, Telefe, Canal 13, Canal 7, Radio Nacional, Radio 10, Radio Continental, Cadena 3 y Radio Mitre. Los resultados completos de todos los informes están disponibles en: <http://www.whomakesthenews.org>. [Consultado: 10/4/2011]

^{viii} Al respecto, el Secretario General de la FIP, Aidan White, ha señalado que “en el mundo entero, las organizaciones y medios de comunicación siguen dominados por los hombres. Las mujeres deberían acceder a los puestos de decisión en manera equitativa. Una vez se lleve a cabo ese cambio, cambiarían significativamente las maneras informativas y el modo en el que se trata a las profesionales en los medios”. Artículo publicado por la Federación de Periodistas de América Latina y el Caribe “FIP exige medidas que refuercen los derechos de la mujer en los medios de comunicación”, en: <http://www.fepalc.org> [Consultado: 09/06/2011].

^{ix} Utilizamos el concepto androcentrismo en el sentido definido por MORENO SARDÀ, A. en (1986), *El Arquetipo Viril protagonista de la historia. Ejercicios de lectura no androcéntrica*, Barcelona: LaSal, pp. 17 a 52.

^x Uno de los resultados de esta investigación fue la publicación de *De qué hablan las noticias. Guía para humanizar la información* (Moreno y otros, 1007).

Bibliografía:

BUENO ABAD, José (dir.) (1996), **Estudio longitudinal de la presencia de la mujer en los medios de comunicación de prensa escrita**, Valencia: Nau llibres, p. 16.

COCHARO, S. (2007) **Nosotras en el país de las comunicaciones**. Barcelona: Icaria.

GALLAGHER, M. (2005) **Who Makes the News? Global Media Monitoring Project 2005**, Londres: World Association for Christian Communication.

MCLUHAN, M. (1967) **El medio es el mensaje**, Buenos Aires: Paidós.

MORENO SARDÀ, A. en (1986), **El Arquetipo Viril protagonista de la historia. Ejercicios de lectura no androcéntrica**, Barcelona: LaSal.

MORENO SARDÀ, A. (1998) **La mirada informativa**, Barcelona: Bosch.

MORENO, A.; ROVETTO, F. y BUITRAGO A. (2007) **¿De quién hablan las noticias? Guía para humanizar la información**, Barcelona: Icaria.

RODA FERNANDEZ, R. (1989) **Medios de comunicación de masas. Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporánea**. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

ROVETTO, F. (2010) **La representación del trabajo de las mujeres en la prensa: Análisis comparativo y cualitativo de la información de actualidad**, Tesis doctoral, Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona.

VERÓN, Eliseo (2004), **Fragmentos de un tejido**, Barcelona: Gedisa.

***Florencia Laura Rovetto** doctora en Periodismo y Ciencias de la Comunicación. Investigadora Comisión Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET); Sus investigaciones están centrada en el análisis de las representaciones y el trabajo

periodístico en el marco de los debates actuales sobre equidad de géneros y responsabilidad social de los medios de comunicación. Es docente seminario *Introducción a la Perspectiva de Género* y miembro del Núcleo Interdisciplinario de Estudios y Extensión de Género de la Facultad de Ciencia Política y RR II de la Universidad Nacional de Rosario (UNR) y docente de *Taller de Tesina* en la Licenciatura en Ciencia Política de la Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER), Argentina. Email: florencia.rovetto@gmail.com