



Muévete por la igualdad
Es de justicia

**LAS MUJERES DEL SUR EN EL DISCURSO
INFORMATIVO.**

**Análisis de género y recomendaciones de
estilo.**

Pandora. Género y Comunicación.

ÍNDICE

0) Introducción	3
1) Justificación.....	5
a) <i>Medios como difusores y constructores del conocimiento</i>	5
b) <i>Agenda mediática y agenda política</i>	6
c) <i>¿Por qué comunicación, género y desarrollo?</i>	6
2) ¿Qué dicen las leyes y convenios nacionales e internacionales sobre género, desarrollo y comunicación?	8
3) Representación de las mujeres del Sur en el discurso informativo.....	11
a) <i>Algunas aclaraciones metodológicas</i>	11
b) <i>El género en los medios</i>	12
i) <i>Estado de la cuestión en los medios españoles hoy.....</i>	14
ii) <i>No hay una mirada de género.....</i>	17
c) <i>El Sur en los medios</i>	18
i) <i>El 'Sur', invisibilizado, homogeneizado y estereotipado</i>	19
ii) <i>¿Qué implicaciones tienen estos discursos informativos?</i>	24
d) <i>Mujeres del Sur</i>	26
i) <i>Más Invisibilización</i>	26
ii) <i>Visibilización. Cuando las mujeres del Sur aparecen</i>	30
iii) <i>Temáticas</i>	34
iv) <i>Roles y estereotipos</i>	38
v) <i>Reconocimiento</i>	47
vi) <i>¿Reconocimiento o fiscalización?.....</i>	48
vii) <i>¿Cómo romper con los estereotipos y dar reconocimiento a las mujeres?</i>	50
4) Algunas conclusiones.....	52
5) ¿Qué puedes hacer desde la práctica periodística? Guía de Recomendaciones	56
a) <i>Equipo de redacción.....</i>	57
b) <i>La importancia de cuidar la fotografía, ilustración e imagen en movimiento.....</i>	64
c) <i>Equipo de documentación</i>	66
d) <i>Formación de periodistas y expertos/as con perspectiva de género</i>	67
e) <i>Política informativa y organizacional.....</i>	68
6) Bibliografía	70

0) INTRODUCCIÓN

Las mujeres del Sur, entendiendo por éstas a todas aquellas que viven en o emigran de regiones también denominadas periféricas o 'en vías de desarrollo', mujeres africanas, de Oriente Próximo, asiáticas y latinoamericanas, sufren una doble discriminación en los relatos mediáticos: como mujeres y como personas del Sur. Su invisibilización es casi total. Y cuando aparecen, lo hacen de una manera estereotipada y encasillada en ciertos temas, roles, e imágenes. Este fenómeno está en estrecha relación con el tratamiento que los medios hacen de las mujeres de todo el mundo en general (lo que hemos denominado 'mirada androcéntrica' y en muchas ocasiones 'sexista') y con la forma de informar sobre toda la población (hombres y mujeres) de países no occidentales ('mirada etnocéntrica').

Estas miradas, entendemos, influyen en la percepción que la sociedad pueda tener de millones de personas del Sur a las que no conoce más que por las informaciones e imágenes recibidas a través de los medios. Pues, los medios de comunicación, aunque no son las únicas, son instancias privilegiadas que permiten la configuración y mantenimiento de los estereotipos de género y de etnia, así como su difusión de forma masiva. En este sentido, los y las profesionales de la comunicación tienen parte de responsabilidad, y a la vez, una gran oportunidad para cambiar estos modelos sociales de dominación por otros de convivencia y cooperación.

Desde la campaña '**Muévete por la Igualdad. Es de justicia**' queremos contribuir a la denuncia de injusticias que viven millones de mujeres del Sur, pero también hacerlas visibles en todas sus facetas como personas diversas y heterogéneas, así como a la transmisión de imágenes equitativas y propositivas de mujeres que actúan, se organizan y movilizan en su día a día. Dentro de esta campaña hemos realizado un desayuno con periodistas de distintos medios para recoger sus inquietudes y realizar una primera aproximación al problema.

El siguiente paso ha sido la elaboración de este informe donde documentamos la doble discriminación de las mujeres del Sur en el discurso mediático informativo. Para ello hemos analizado una muestra significativa de textos informativos (de la prensa escrita y digital, la radio y la televisión) donde hemos aplicado una 'mirada de género' y 'desarrollo'. La forma de incluir estas 'miradas' se explican en un primer marco teórico que ofrece nociones conceptuales sobre la representación de las mujeres y del Sur.

Después, ofrecemos los resultados del análisis, cuyo objetivo era analizar si aparecen las mujeres del Sur y cómo son representadas (en qué temáticas, con qué roles y estereotipos, con qué lenguaje se las nombra, si reciben reconocimiento y por qué...). Las conclusiones se ilustran con ejemplos prácticos extraídos de la muestra, entre los que hemos tratado de resaltar los esfuerzos de algunas y algunos periodistas por ofrecer una mirada diferente de las mujeres del Sur. Pues aunque existe un discurso dominante en los grandes medios, hay que reconocer algunos avances orientados a ofrecer una mirada igualitaria en materia de género y de procedencia. Son esfuerzos relacionados con cambios en la propia rutina periodística y con una apuesta de las políticas

informativas de los medios, pero también con el intento de superar numerosas barreras que los y las periodistas se encuentran al intentar llegar a mujeres del Sur.

En tercer lugar, ofrecemos una serie de recomendaciones sobre medidas concretas que se pueden articular en el interior de los medios de información para conseguir una representación más equitativa de las mujeres del Sur.

Finalmente, queremos agradecer a Pilar López Díez (periodista y experta en género y comunicación), a Montserrat Boix (periodista y coordinadora del periódico feminista digital *Mujeres en Red*), y a Verónica Villalba (periodista paraguaya e integrante de varias organizaciones de mujeres) sus reflexiones –a partir de una entrevista–, que condimentan este documento desde el principio hasta el final.

1) Justificación

La Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, realizada en Beijing, China, en 1995, colocó en la agenda internacional el papel que los medios de difusión juegan en perpetuar la subordinación de las mujeres, así como su importancia en el avance de sus derechos. El punto J (Mujer y Difusión) es uno de los doce puntos del documento adoptado por la Plataforma de Acción de Beijing. Este punto realiza un diagnóstico sobre la discriminación de las mujeres en el ámbito de la comunicación y describe estrategias específicas que los medios de comunicación y sus profesionales, los Gobiernos y otros organismos sociales, tendrían que adoptar para acabar con la discriminación de las mujeres en el ámbito de la comunicación en dos sentidos:

- a) Favoreciendo una mayor **participación** de las mujeres en los medios y a las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC) y acceso a éstos. En los medios de comunicación masivos esto supone favorecer la participación de las mujeres como productoras de contenidos (no sólo como redactoras, sino como directoras de medios de comunicación y agencias de publicidad).
- b) Promocionando una **representación** equilibrada y no estereotipada de las mujeres en los medios.

Han transcurrido trece años de la Plataforma de Acción de Beijing y seguimos hablando del punto J porque coincidimos con la periodista Montserrat Boix en que *"allí se hizo un estado de la cuestión y unos retos que todavía no se han logrado superar"*.

a) Medios como difusores y constructores del conocimiento

Los medios de comunicación y las personas profesionales que trabajan en ellos tienen una gran responsabilidad en la configuración y legitimación de este mundo donde siguen existiendo discriminaciones por razón del sexo y opción sexual, la clase, la edad, el estilo de vida, el país de procedencia, etc. Y por la misma razón, los medios son un lugar muy importante desde donde combatir estas desigualdades.

A pesar de la multiplicación de los nuevos canales de acceso a la información gracias a la revolución tecnológica, los medios de comunicación masivos siguen teniendo hoy un papel muy importante en la creación de conocimiento y de modelos sociales de dominación.

Cuando hablamos de los efectos que tienen los medios en las audiencias, no queremos decir que las personas receptoras de los mensajes mediáticos son una masa pasiva sin criterio, como afirman algunas teorías de la comunicación. Tampoco que los medios no tengan efectos, pues influyen, y mucho, en la configuración de las identidades colectivas y de género; y esto es clave a la hora de diseñar políticas de actuación contra la violencia de género y la discriminación de las mujeres.

Como sostiene la profesora de comunicación María José Sánchez Leyva en diversos escritos¹, los medios de comunicación no sólo divulgan los

¹ La profesora de ciencias de la información María José Sánchez Leyva expone su teoría sobre los medios en

acontecimientos que ocurren en el mundo, sino también las reglas de su representación y entendimiento. Es decir, que los relatos (informativos, publicitarios y de ficción) que transmiten los medios no son neutrales, siempre están contruidos desde una mirada. Y coincide que esta mirada es mayoritariamente androcéntrica (desde el punto de vista de los hombres) y etnocéntrica (desde la óptica de los países occidentales).

En el discurso informativo, esta mirada androcéntrica y etnocéntrica está presente en la manera en que los medios deciden que algo es noticiable o no, cómo lo categorizan y lo colocan en una sección o en otra; el lenguaje que utilizan; las imágenes que proporcionan; cómo narran la historia, el qué resaltan y el tono que usan; el seguimiento que hacen de los temas; la redundancia con la que presenten determinados temas... pues todo ello influye en la percepción del público sobre los acontecimientos contados, como analizaremos más adelante. Un análisis que tenga en cuenta estas claves puede observar cómo el tratamiento que reciben las mujeres es discriminatorio en relación a los hombres, así como la representación de las regiones del Sur en relación a las del Norte.

b) Agenda mediática y agenda política

Por otro lado, la agenda informativa que construyen los medios masivos sigue teniendo una importancia decisiva en la agenda política y social, con la que hay una relación recíproca. Como explica Víctor Sampredo²: "La actividad política tiene en el área de la información tal dimensión comunicativa, que la agenda mediática se construye casi de forma simultánea, se necesitan una a otra". El hecho de que la violencia de los hombres hacia las mujeres, por ejemplo, haya sido tematizada por los medios ha influido no sólo en que cada vez más personas piensen que este es un problema de primer orden relacionado con la violencia machista y el desigual reparto de poder entre hombres y mujeres, sino también en la articulación de leyes concretas para tratar de atajar este problema social.

Esto nos lleva a pensar que, en la medida en que los medios de comunicación masivos tematizan todas las discriminaciones vividas por las mujeres y se interesen por los problemas específicos que existen en los países del Sur, contribuirán a generar un imaginario social sobre estas desigualdades y al cumplimiento de políticas de igualdad y desarrollo más justas y comprometidas.

c) ¿Por qué comunicación, género y desarrollo?

La afirmación de que los medios de comunicación de masas no sólo son transmisores de la realidad, sino constructores de la misma, mediante la generación de ideas, imágenes, estereotipos, etc., tiene una implicación directa

¹ "Medios de comunicación como constructores del sentido y el significado", un artículo escrito junto a Carmen Cafarel en el libro *"Manual de información en género"*, Instituto de la Mujer e IORTV, 2004.

² Sampredo, Víctor: "Agendas de Poder, modelos de control político e informativo", *Revista Internacional de Sociología* 15, 1996 (Pp. 7-36).

con el tema que ocupa nuestra campaña: las mujeres del Sur. Acercar el análisis y la mirada de los Mass media a las temáticas relacionadas con el género y el desarrollo, responde a varias razones de ser:

1. La escasez de estudios que integran ambas perspectivas en el ámbito de la comunicación. En los últimos años, los análisis sobre el tratamiento diferenciado que la prensa y los medios audiovisuales hacen a hombres y mujeres empiezan a tener cierta relevancia y repercusión en los y las profesionales de la comunicación. Dichos análisis se están traduciendo en la incipiente incorporación de la perspectiva de género en manuales, códigos deontológicos y recomendaciones que empiezan ya a tener sus frutos. Sin embargo, parece necesario que la perspectiva de género incluya una mirada crítica a toda la diversidad humana, también en cuanto a la procedencia, ya que como veremos, ésta es determinante a la hora de analizar cómo las personas aparecen y participan en los medios de comunicación.

2. La doble discriminación de las mujeres del Sur en los medios de comunicación de masas. Si, como afirma Pilar López Díez, experta en Género y Comunicación, “los medios de comunicación embellecen a los hombres y lo masculino y denigran, critican y se oponen de todas las formas a los comportamientos de las mujeres y lo femenino”, esta discriminación se duplica cuando se trata de mujeres procedentes de regiones empobrecidas, en desarrollo, periféricas y/o no Occidentales. Es decir, que al sexismo del que habla López Díez, habría que sumar, además, el ‘eurocentrismo’ y ‘etnocentrismo’ que prevalecen en los productos informativos. Un informe y manual como éste pretende explicar dichos fenómenos y servir de herramienta útil para crear nuevos marcos de representación más equitativos.

3. La necesidad de visibilizar y valorizar el aporte de las mujeres del Sur a las sociedades. Como se documentará a lo largo de este informe, la enorme diversidad de mujeres y la relevancia de éstas en sus sociedades, no queda plasmada en los medios españoles. No obstante, los medios de comunicación son un canal privilegiado para transmitir la vasta riqueza que las mujeres de todas partes del mundo aportan a la vida de las personas. La participación política de las mujeres de regiones del Sur, por poner un ejemplo, tiene una enorme importancia en la vida de las propias mujeres pero también en la de las comunidades, así como en la influencia que éstas tienen en los movimientos de defensa de la paz, del medioambiente, de la lucha por los derechos humanos y de las mujeres, etc. Sin embargo, esta participación política se aleja de la política partidista (la Política en mayúsculas) de la que suelen hacerse eco los medios de comunicación y quedan, por tanto en la penumbra mediática.

Por todo lo mencionado, este informe pretende ser, en última instancia, una herramienta que motive la reflexión de los y las profesionales de la comunicación en torno a los temas que nos ocupan y una pequeña guía para la resolución de algunas preguntas de la práctica periodística que puedan acercar al público lector a un tratamiento más equitativo y más representativo de las mujeres del Sur.

2) ¿Qué dicen las leyes y convenios nacionales e internacionales sobre género, desarrollo y comunicación?

La importancia de los medios de comunicación en la lucha por lograr la igualdad de los derechos humanos entre las mujeres y los hombres, así como por erradicar toda forma de discriminación hacia las personas es una inquietud recogida por normativas españolas e internacionales desde hace ya varias décadas. Gracias a los movimientos feministas y movimientos de mujeres de las décadas de los '60 y '70, que entre sus reivindicaciones apuntaron la responsabilidad de los medios de comunicación en las discriminaciones sexistas de todas las sociedades, la Comunidad Internacional ha ido incorporando dichas inquietudes a su Agenda. La Unión Europea viene publicando desde 1979 una serie de recomendaciones o directivas que aconsejan "a los Estados miembros, a las industrias culturales, a los medios y a la publicidad, revisar la estereotipación de las mujeres y elaborar imágenes más igualitarias y equilibradas" (Pilar López Díez, 1995)³.

En diferentes recomendaciones, programas de acción y decálogos, el Consejo de Europa, el Parlamento Europeo o la Comisión Europea han instado a los Estados miembros a fomentar la participación de las mujeres en los medios de comunicación, a representarlas de una manera más equitativa y acorde a la realidad, y a que trabajen por la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres⁴. No es nuevo el reconocimiento que Estados y organismos internacionales conceden a las tecnologías de la información y a cómo éstas pueden influir sobre los valores, actitudes y comportamientos de la población. Se trata de un interés que ha nacido y crecido al calor de las conferencias de las Naciones Unidas sobre las mujeres, que se celebraron por primera vez en México en 1975. La denominada 'Década de la Mujer', con Conferencias mundiales en Copenhague (1980), Nairobi (1985) y Beijing (1995) potenciaron la inclusión de la igualdad entre hombres y mujeres como tema relevante dentro de la Agenda Internacional, así como de todos los ámbitos donde se puede trabajar para lograr dicha igualdad. En **Las Estrategias de Nairobi** (1985), por ejemplo, se señaló la importancia de los medios de comunicación para el avance de la calidad de vida de las mujeres y se llamó a todos los medios a que incluyeran imágenes no estereotipadas y equitativas de las mujeres de todo el mundo.

Un año clave para todo lo relacionado con los derechos de las mujeres (incluido el terreno informativo) fue 1979, en el que la Asamblea General de las Naciones Unidas firmó **la CEDAW** ('Convención para la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra las Mujeres') que sería ratificada dos años más tarde. Con más de 170 países suscriptores, esta Convención es el decreto internacional sobre los derechos de las mujeres por excelencia y el mayor instrumento jurídico en la defensa dichos derechos, entendiéndose éstos de manera amplia (derechos civiles, políticos, sociales y culturales). El 'Comité' que

³ López Díez, Pilar, "Los medios de comunicación y la publicidad como pilares fundamentales para lograr el respeto a los derechos humanos de las mujeres", en Estudios multidisciplinares de Género, Centro de Estudios de la Mujer, Universidad de Salamanca, 2005 (Pp. 75-92)

⁴ Un recorrido más detallado sobre estas recomendaciones y directivas puede encontrarse en el 'Protocolo de actuación periodística y publicitaria sobre igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y tratamiento informativo de la violencia de género', de la Dirección General de la Mujer del Gobierno de Cantabria, publicado en 2007.

se creó para examinar el cumplimiento del acuerdo está encargado de emitir 'recomendaciones' y 'sugerencias' para luchar contra todas las formas de discriminación hacia las mujeres. Y en este sentido, han sido varias las recomendaciones publicadas acerca de la responsabilidad de los medios de comunicación. Encontramos dos claros ejemplos cuando el Comité de la CEDAW recomienda, en 1991 y 1992 respectivamente, medidas hacia "los *políticos, profesionales, dirigentes religiosos y comunitarios en todos los niveles, entre ellos, los medios de difusión y las artes para que contribuyan a modificar el modo de pensar respecto de la erradicación de la circuncisión femenina*" y "medidas eficaces (contra la violencia contra las mujeres) para garantizar que los medios de comunicación respeten a la mujer y promuevan el respeto de la mujer"⁵.

La **IV Conferencia Mundial sobre la Mujer de Beijing**, en septiembre de 1995, es un marco de referencia obligado para los profesionales de la comunicación, por cuanto impulsó el interés acerca de los medios de difusión y su responsabilidad en favorecer los derechos de las mujeres de todo el mundo. La Declaración de Beijing, firmada por 189 países, tuvo una importancia política de primer orden porque supuso un consenso a nivel planetario sobre los principales problemas de las desigualdades de género. Se reconocían así distintos ámbitos de discriminación de las mujeres (jurídico, económico, político, social y cultural) y se adoptaba un compromiso para eliminar los obstáculos que impiden la igualdad entre mujeres y hombres antes del término del siglo XX. La Plataforma de acción de Beijing fue un documento aprobado posteriormente, en el que se especificaron once áreas de acción, con medidas y recomendaciones específicas. Una de ellas, el denominado 'Objetivo J', se centraba, como ya hemos explicado anteriormente, en '**Los estereotipos y la falta de participación de las mujeres en los medios de comunicación**'. La importancia de este documento tiene un valor añadido, si se tiene en cuenta el enorme número y la gran diversidad de personas e intereses que aglutinó (mujeres del Norte, del Sur, de diferentes etnias, edades, niveles económicos, etc.) así como la repercusión que tuvo (con, por ejemplo, la creación de WomensWatch, cuatro años después y dentro del seno de las Naciones Unidas, para evaluar el avance de la Plataforma de Acción y los obstáculos que ha encontrado; o la creación de la **Comisión de las Naciones Unidas sobre la Condición de las Mujeres (CSW)** en marzo del 2003, en la que se afirmó "la importancia del acceso de las mujeres a los medios y las TIC y de su participación en éstos para su propio empoderamiento" (Carolina Rodríguez Bello, 2003)⁶.

Otra conferencia en la que se ha resaltado la responsabilidad de los medios de comunicación, no tanto en el plano de la igualdad de género, sino en la lucha contra el racismo y la xenofobia, ha sido la **Declaración y Programa de Acción de Durban**, redactada tras la Conferencia Mundial contra el Racismo realizada en Durban (Sudáfrica, 2001). En dicha declaración, entre otros

⁵ **Recomendación general nº 14:** a) Que adopten medidas apropiadas y eficaces encaminadas a erradicar la práctica de la circuncisión femenina. Esas medidas podrían incluir lo siguiente: iii) El aliento a los políticos, profesionales, dirigentes religiosos y comunitarios en todos los niveles, entre ellos, los **medios** de difusión y las artes para que contribuyan a modificar el modo de pensar respecto de la erradicación de la circuncisión femenina;" y **Recomendación general nº 19:** d) Se adopten medidas eficaces para garantizar que los **medios de comunicación** respeten a la mujer y promuevan el respeto de la mujer.

⁶ Rodríguez Bello, Carolina, *Las mujeres y los medios de difusión: avances y temas*, WHRnet, octubre de 2003.

aspectos, se insta a los Estados a que asignen recursos financieros para la educación contra el racismo, para la promoción de campañas mediáticas que promuevan la tolerancia y el respeto de todas las culturas, y para facilitar el acceso de todas las personas a los medios de comunicación y a las nuevas tecnologías de la comunicación (TICS). También insta a los propios medios para que, mediante códigos de conducta o medidas de autorregulación, eviten estereotipos que fomenten el racismo y la xenofobia, y ofrezcan imágenes que motiven la diversidad de la población.

Vemos, por tanto, cómo son muchos los ejemplos en los que la importancia de los medios de difusión y su responsabilidad social en estos temas es tenida muy en cuenta en la comunidad internacional, tanto europea como mundial.

Al fragor de esta lenta, pero creciente inquietud internacional, en el Estado Español diversas leyes exhortan a los medios a buscar prácticas que fomenten la equidad entre sexos, fomentando la participación de las mujeres y trabajando por la eliminación de estereotipos e imágenes que perpetúen desigualdades que todavía hoy perduran y que atentan contra muchos derechos de las mujeres (sexuales, laborales, de expresión, de integridad y dignidad, etc.). Resumimos los más significativos:

Ley Integral Contra la violencia de Género (2004).

En su exposición de motivos reconoce que los medios de difusión y la publicidad pueden contribuir a la prevención de este problema social, respetando la dignidad de las mujeres y promoviendo *"una imagen no estereotipada, ni discriminatoria tanto en los canales públicos como privados"*.

Incluye artículos específicos sobre publicidad y medios de comunicación para que los derechos fundamentales de las mujeres sean respetados⁷.

Ley Orgánica de Igualdad (2007)

Incluye a los medios de información en los ámbitos de actuación para la promoción de la igualdad entre hombres y mujeres, y redacta diferentes artículos en los que se establece, entre otras, la necesidad de promover la participación de las mujeres en los medios, la creación de contenidos específicos de mujeres, la garantía de contenidos y lenguaje no sexistas, o la autorregulación tanto en canales públicos como privados⁸.

IV Plan de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres (2003-2006).

El Plan recoge en uno de sus objetivos la necesidad de fomentar que los medios de comunicación difundan los logros y avances de las mujeres y de promover la formación de las y los profesionales de la comunicación y la publicidad para el correcto tratamiento de la imagen de las mujeres.

También estipula la necesidad de sensibilizar a la población para que pueda denunciar representaciones sexistas de las mujeres, redactar decálogos de buenas prácticas para los y las profesionales de la comunicación, e impulsar el reconocimiento de un buen tratamiento de las mujeres y sus representaciones.

⁷ Véanse los artículos 10, 11, 12, 13 y 14, y la Disposición adicional sexta. Modificación de la Ley General de Publicidad, de la 'LEY ORGÁNICA 1/2004, de 28 de diciembre, de medidas de protección integral contra la violencia de género'.

⁸ Véanse los artículos 28, 36,37, 38, 39, 40 y 41 y la Disposición adicional séptima de la 'LEY ORGÁNICA 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres'.

En los últimos años, otras instancias como el Instituto de la Mujer en colaboración con el Instituto Oficial de Radio y Televisión (IORTV) vienen impulsado una serie de iniciativas relacionadas con la investigación de las representaciones de género en los medios, la formación de los y las profesionales de la comunicación y la articulación de protocolos de actuación para el tratamiento de la 'violencia de género' (circunscrita a las relaciones afectivo-sexuales). Destacamos las siguientes:

- **Decálogo de recomendaciones sobre el tratamiento de la violencia de género** de RTVE (2002).
- 'Protocolo de actuación periodística y publicitaria sobre igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y tratamiento informativo de la violencia de género', de la Dirección General de la Mujer del Gobierno de Cantabria (2007).
- '**Protocolo de intervención desde la televisión en materia de igualdad entre mujeres y hombres del Congreso**', elaborado por el IORTVE y el Instituto de la mujer en 2007.
- Código **autorregulatorio para informar sobre la violencia de género** del diario impreso *Público* (2008).

(Se pueden consultar estos documentos en: www.pilarlopezdiez.eu/publica.htm)

3) Representación de las mujeres del Sur en el discurso informativo

a) Algunas aclaraciones metodológicas

Partiendo de que la visión androcéntrica y sexista afecta a todas las mujeres de todas las partes del mundo y condición, consideramos que hay que tener en cuenta que las mujeres de países del Sur sufren, además, una discriminación etnocéntrica por el país de procedencia. Sobre esta hipótesis hemos hecho un análisis de una **muestra** compuesta por un número representativo de noticias de prensa escrita y on-line, informativo televisivo y boletines radiofónicos. Hemos querido acotar el análisis al discurso informativo, dejando fuera el publicitario y el de ficción, no sólo por cuestiones de espacio, sino porque consideramos que la agenda informativa de los medios masivos sigue teniendo una influencia decisiva en la agenda política, además de en la social. Así, la muestra analizada ha sido la base para extraer ejemplos ilustrativos y conclusiones extrapolables.

Partiendo también de la **hipótesis** de que la invisibilización de las mujeres del Sur es muy acusada, hemos tratado de escoger una muestra en torno a un evento que pudiese atraer la atención mediática hacia las mujeres del Sur: el X Congreso Internacional Interdisciplinar sobre las Mujeres, Mundos de Mujeres, (Madrid, 3-9 de julio de 2008), donde más de 2000 mujeres de todas las partes del mundo y de diferentes disciplinas se encontraron. Y sobre esa muestra, hemos aplicado una mirada de género y desarrollo que explicamos a continuación.

Muestra analizada

Se han seleccionado dos diarios, el *El País* y *ABC*, como representantes de la prensa diaria nacional de mayor tirada; dentro de la prensa diaria gratuita, el *20 Minutos*; el *mundo.es* como muestra de la prensa on-line; el informativo televisivo nocturno de TVE1 y el boletín informativo de RNE1 de las 19h.

La muestra de análisis abarca 9 días, repartidos en dos meses y medio de 2008: antes (24, 26 y 29 de junio), durante (4, 6 y 8 de julio) y después (2, 4 y 7 de septiembre) del Congreso Mundos de Mujeres.

Con la categoría *Sur* nos referimos a aquellas mujeres que han nacido en regiones que no se consideran occidentales (América Latina, África, Asia, Oriente Medio y Próximo). También hemos incluido en esta categoría a las mujeres migrantes cuyo país de procedencia es una región no occidental, dado que en el territorio español no gozan de las mismas oportunidades ni valoración que las mujeres autóctonas.

Antes de analizar la representación de las mujeres del Sur en la muestra seleccionada, realizamos una aproximación al género y el sur en los medios.

b) El género en los medios

"Para adoptar una perspectiva de género o feminista, porque es lo mismo, hay que tener en cuenta de una manera determinante el papel en el que se ha colocado a las mujeres en la sociedad patriarcal actual, y tener en cuenta que a los hombres y a las mujeres no se nos ha colocado en situaciones de igualdad" (Pilar López Díez).

Antes de adentrarnos en cómo se puede implementar la perspectiva de género en la comunicación aclaramos brevemente que por **género** entendemos la construcción social del sexo en una sociedad determinada. Es decir, el género son los valores, actitudes, comportamientos, roles, etc. asociados a un hombre y una mujer por el hecho de ser hombre o mujer. Esta asignación ha sufrido variaciones a lo largo de la historia y en cada cultura se concreta con sus particularidades. Pero, en términos generales, hay una serie de valores asociados a los hombres y las mujeres que sitúan a las mujeres en una situación de subordinación y a los hombres en una posición de dominación.

Algunos de los roles asignados cada género son estos:

Masculino	Femenino
Valiente	Débil
Activo	Pasiva
Independiente	Dependiente
Inconformista	Sumisa
Inteligencia	Intuición
Fuerte impulso sexual	Bajo apetito sexual

Fuente: material coeducativo "Con Vistas a la Igualdad" (Catep, Sembla, Girox, Lares, Heliconia, Andaira y Moiras, 2007)

El concepto de género es una piedra angular en el pensamiento feminista y ha servido para desvelar los mecanismos sociales e ideológicos, entre ellos los medios de comunicación, que han convertido la diferencia biológica entre hombres y mujeres (el sexo anatómico) en una diferencia política en clave de dominación para las mujeres (género).

Esta discriminación hacia las mujeres se ha manifestado históricamente en los distintos ámbitos de la vida: legislativo, económico, cultural, educativo... La comunicación es uno de esos ámbitos donde hoy se sigue produciendo una desigualdad entre hombres y mujeres.

En el ámbito de la comunicación, esta discriminación de género se manifiesta en dos sentidos que ya apuntó la Plataforma de Acción de Beijing: en la participación dentro de los medios (en la producción de contenidos y en la toma de decisiones) y en la representación estereotipada y desequilibrada respecto a los hombres:

- En el campo de la **participación**, cada vez hay más mujeres licenciadas en carreras relacionadas con la comunicación. Desde hace años, las mujeres son mayoría en las facultades y escuelas de periodismo (de cada tres estudiantes, dos son mujeres)¹¹. Se podría hablar casi de *feminización* de la profesión periodística. Sin embargo, las mujeres no están en los puestos de mando de los medios de comunicación. Es preciso reflexionar sobre las barreras ocultas, lo que se ha denominado 'techo de cristal' que, como ocurre en otras profesiones, también existen en los medios de comunicación.
- Respecto al campo de la **representación**, que es en el que se centra este material, podemos hablar de varias fases para incorporar la perspectiva de género en el análisis de los medios de comunicación que explicamos a continuación.

Claves para incluir la perspectiva de género en la representación de las mujeres del Sur.

1. **¿Aparecen las mujeres del Sur?** Consiste en realizar un cómputo de las mujeres que aparecen en las noticias y establecer una comparativa con los hombres del Sur donde se constata su invisibilización.

2. **¿Cómo son representadas?** Además de analizar la visibilización de las mujeres del Sur con un análisis cuantitativo, es preciso atender a la forma en que son representadas y si coincide con las de los hombres. Para ello podemos apuntar algunas claves:

- **Espacio y lugar.** Si los titulares de las noticias donde aparecen son destacadas en la portada de un periódico/ al comienzo del informativo televisivo o los boletines radiofónicos. Las secciones y temáticas en las que aparecen² y el espacio y tiempo que se le dedica.

¹¹ López Díez, Pilar: "El techo de cristal también existe en los medios de comunicación", en *Mujeres, hombres y medios de comunicación*. Valladolid, Dirección General de la Mujer, Junta de Castilla y León, 2002 (Pp. 292-300. Tomo II).

- **Protagonismo.** Si son protagonistas de la noticia o sólo aparecen mencionadas en una fotografía o en una cita.
- **Rol.** Si son sujetos activos (realizan una acción) o pasivos (reciben la acción). Y qué roles desempeñan en cada caso. Una mujer activa puede ejercer varios roles (empresaria, conciliadora, cuidadora...) y lo mismo si es pasiva (puede ser víctima, afectada o acusada).
- **Fuentes de información.** Diferenciar si son testimonios expertos o vivenciales.
- **Reconocimiento.** Si son reconocidas y en qué sentido (por su talento, su sufrimiento, sus cualidades físicas...). A veces no sólo no hay un reconocimiento (por ejemplo, si se apela a que es 'la hija de' para justificar su trabajo), sino una denigración de sus cualidades.
- ¿Qué **datos** nos ofrecen de ellas? Edad, clase, religión, ropa, estatus vicario (madre, esposa, hija, amante, etc.), ocupación.
- El **tono del discurso.** Si el tratamiento es más informal que cuando el protagonista es un hombre (por ejemplo, si la denominan por el nombre de pila y no mencionan apellidos. Si es un discurso paternalista/espectacular/....
- **Campo semántico:** qué adjetivos y denominaciones se emplean y qué connotan, si utiliza el masculino genérico para referirse a mujeres y a hombres siempre, aunque la protagonista sea una mujer.

i) Estado de la cuestión en los medios españoles hoy

Los estudios con perspectiva de género sobre las representaciones mediáticas comenzaron en la academia anglosajona a principios de los '70. Desde entonces, se han multiplicado en diversos países e, incluso, se han elaborado investigaciones a nivel mundial. Es el caso de las investigaciones que realiza el *Proyecto Global de los Medios*, una iniciativa que nació al calor de la Plataforma de Acción de Beijing y que se ha ido ampliando a círculos de periodistas, activistas y académicos interesados en la igualdad de géneros alrededor del mundo. Desde 1995, y cada cinco años, el Proyecto Global de los Medios realiza informes mundiales sobre la presencia de las mujeres y los hombres durante un día en boletines informativos de radio y televisión y en periódicos. Su último informe, realizado el 16 de febrero de 2005 en 76 países a partir de una base de 13.000 noticias, fue coordinado por la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC por sus siglas en inglés), en colaboración con el *Media Monitoring Project* (MMP) de Sudáfrica. En España los datos fueron recogidos por la *Associació de Dones Periodistes de Catalunya*, con la colaboración de La Red española de periodistas europeas. Sus resultados arrojaron estas cifras:

El 21% de las mujeres eran el foco central (4% más que en 1995); en política las mujeres objeto de noticia eran un 14% y en temas de violencia de género el 64% eran voces masculinas.

En España los primeros estudios sobre género y comunicación nacieron en las facultades de comunicación e información en los años ochenta y se han ido extendiendo por departamentos de sociología, filología, psicología, enriqueciendo los métodos de análisis con indicadores más cualitativos y superando algunas

teorías de la comunicación que eran muy conductistas. Uno de los estudios más representativos es el que realiza el Instituto de la Mujer y el IORTV, coordinado por Pilar López Díez, que reconoce un avance cuantitativo de la presencia de las mujeres en los textos informativos: *"en el primer informe que analicé en el 2001 el número de mujeres entrevistadas en la radio de una muestra de más de 800 noticias eran el 18%. Cinco años después, subió a un 23%"*.

Estos estudios siguen constatando un tratamiento desigual de las mujeres, en cuya representación mediática hoy por hoy seguimos observando:

- Una **invisibilización**, no sólo porque el número de noticias donde aparecen es minoritario, sino porque el abuso del masculino genérico las oculta. Por ejemplo, si leemos la noticia "Un inmigrante latinoamericano en España envía a su país 3.000 euros al año" (El Mundo, 5/06/2007), no pensamos en las mujeres migrantes, que también están enviando dinero a sus familias, sino en los varones, por el simple hecho de usar el masculino, aunque sea para dirigirse a los dos sexos. En el caso concreto de esta noticia, además, la fotografía *"un inmigrante ecuatoriano realizando un envío de dinero a su país"*, refuerza este 'androcentrismo gramatical'. Hay que añadir una ausencia de las mujeres en las mal llamadas 'secciones o páginas duras' de la prensa e informativos. *"Hoy, y en nuestro país, hablaríamos de temas duros al hablar de política, terrorismo, juicios y temas legales como la guerra en Irak, etc. Si hablamos de temas 'blandos' nos referimos a aquellos asuntos que, aunque afecten a la vida diaria de todas las personas, a veces en mayor grado que los considerados temas 'duros'; sin embargo, los valores noticiables no los tienen en cuenta"* (Informe IORTV, 2005).

- Una **infravaloración** de sus aportes a la sociedad: mediante la victimización y su representación como sujetos pasivos asistidos; la homogeneización de todas las mujeres en una categoría estanca; su reconocimiento por sus vínculos con el sexo contrario, sus atributos físicos o su función reproductiva exclusivamente; y el tratamiento más familiar, ligero e informal de las noticias donde aparecen como protagonistas.

- Una **estereotipación sexista**. No sólo porque se representa a las mujeres como objeto de deseo (objetualización), sea cual sea su ocupación, sino porque el abanico de estereotipos aplicados a las mujeres suele ser mucho más estrecho que el de los hombres. Un ejemplo de la objetualización de las mujeres lo encontramos en un noticia sobre Jessica Alba titulada: *"La latina que seduce a Hollywood"* donde la periodista, una mujer, adoptaba una mirada androcéntrica y sexista al escribir *"las famosas curvas de Jessica Alba han adquirido otro significado desde que se quedó embarazada. Su cuerpo sigue siendo el más deseado; sus labios los más buscados, y sus mejillas, las más envidiadas, especialmente en las consultas de cirugía plástica"* (suplemento dominical de El País, 2/03/2008). La reflexión de Pilar López es muy acertada: *"a las mujeres se nos sigue representando fundamentalmente como ilustración para la complacencia de la mirada masculina. Las mujeres somos figurantes en los medios de comunicación, no somos protagonistas de la historia"*.

Hay que reconocer, no obstante, que en los últimos años se ha producido una evolución cualitativa y, sobre todo cuantitativa, respecto a la presentación de las mujeres y algunos temas que las afectan directamente a las mujeres.

Violencia de género. Este tema ha sido incluido en la agenda política y mediática. De ello da cuenta la Ley Integral contra la Violencia de Género, que tiene capítulos específicos sobre el tratamiento de los medios, y la elaboración de decálogos sobre cómo cubrir este problema social desde una buena práctica periodística no sexista, como hemos señalado anteriormente.

Montserrat Boix observa que se ha conseguido una voluntad política y una concienciación de los medios pero que sigue manteniendo el déficit de formación en los y las profesionales de la comunicación: *"en estos momentos, cualquier persona con responsabilidad en informativos puede tener claro que no se debe plantear la opinión de los vecinos, que no es relevante, que no se debe victimizar, que hay casos que deben hacerse con mucho más cuidado... Sin embargo, a nivel práctico, la gente que está en las redacciones no tiene formación para tratarlo adecuadamente. Es muy difícil tratarlo bien, por ejemplo, en la televisión es muy difícil hacer un rodaje para tratar la violencia de género si no utilizas lo evidente, que si los vecinos, las gotas de sangre, la patada en la puerta..."*.

Pero como advierte M. Boix, "la violencia de género [dentro de las relaciones afectivo-sexuales] es sólo la punta del iceberg" de la violencia hacia las mujeres. Otras discriminaciones de género, como la feminización de la pobreza, la doble jornada laboral, la infravaloración de los cuidados y las aportaciones de los trabajos tradicionalmente vinculados a las mujeres, el 'techo de cristal', la violación de los derechos sociales y reproductivos..., por no hablar del lenguaje y los estereotipos sexistas, han quedado invisibilizados por esa violencia más extrema y espectacular y es preciso que los medios las hagan visibles.

Mujeres políticas. Otro avance en cuanto a visibilización de las mujeres es el incremento del número de noticias donde aparecen mujeres que se mueven en el espacio público, concretamente ocupando cargos políticos de ministras y presidentas. La presencia de las mujeres políticas en el discurso informativo masivo es positiva en cuanto que rompe con la invisibilidad y amplía el marco de referencia para las mujeres y niñas más allá de la esfera privada, a la que históricamente han estado vinculadas. En este sentido, Pilar López Díez, destaca como positivo sobre la presencia de mujeres políticas en el discurso mediático que *"abren la brecha para que más adelante mujeres que se están formando y están sensibilizadas respecto al problema de la desigualdad van a tener más oportunidades para que entren en el sector productivo, porque ya habido otras que han abierto el camino"*.

Pero hay que preguntarse también cómo están siendo representadas: *"su tratamiento es todavía sexista, por ejemplo se ocupan de sus ropas, maquillajes, peinados"* (Verónica Villalba) y también *"se las mujeriza, se pone por delante que es madre, esposa"* (Pilar López Díez). Carme Chacón, ministra de Defensa del equipo ministerial del PSOE en 2008, es el ejemplo paradigmático de esta apelación constante a la maternidad. Además de eso, recibe un tratamiento menos formal que el que recibiría un ministro de Defensa.

Si no, fijémonos en la imagen que apareció en la rotativa de un gran número de periódicos el 20 de marzo de 2008, donde la ministra aparecía comiendo en el comedor de una base militar con la mirada sonriente de los militares al fondo, ¿nos imaginamos una representación así si hubiese sido un hombre? O el famoso escote de la Canciller alemana, Angela Merkel, en la inauguración de una ópera en Oslo, que dio la vuelta al mundo en abril de 2008 con titulares como *"Merkel saca pecho"*. El titular informal *"Papá, me van a nombrar ministra"* (El Pas, 13/04/2008) para referirse la nombramiento de la ministra de Igualdad Bibiana Aído en marzo de 2008 es otra muestra más de la infravaloración que sufren las mujeres que ostentan cargos políticos.

Por otra parte, las mujeres políticas han puesto sobre la esfera mediática una nueva representación del género femenino que combina, como veremos con más detenimiento en la muestra analizada, rasgos asignados tradicionalmente al género masculino y al femenino, estableciendo una nueva normatividad difícil de cumplir: o se las tacha de sensibles, o principalmente, se las critica de ambiciosas.

El Periódico de Aragón, 29/01/2007:

*"Esta 'dama de hierro' [se refiere a Hillary Clinton] enseñó los **dientes**, como avance de lo que será su campaña. "El presidente empleó mal la autoridad que le dimos", **arremetió**, y acusó a Bush de haber proporcionado al Congreso información errónea sobre Irak para lograr su respaldo y poder lanzar el ataque militar que la ONU no autorizó".*

ii) No hay una mirada de género

Para Montserrat Boix ha habido un avance en visibilizar a las mujeres *"Creo que sí hay avance en relación a contar con las mujeres, se cuentan más historias en las cuales las mujeres son protagonistas"*, pero puntualiza que eso no significa haber incluido una perspectiva de género. Distingue entre 'mujerismo', equilibrar a las mujeres con los hombres, romper con las ausencias, y el 'feminismo': *"avanzar un paso más, no sólo tener en cuenta las ausencias y equilibrar sino una mirada de hacia donde vamos y qué queremos, tener en cuenta los grandes temas por los cuales ha luchado el feminismo hasta ahora"*.

A pesar de los avances, sigue existiendo una visión androcéntrica y muchas veces sexista de las mujeres y de lo que acontece en el mundo. No sólo por la reproducción de estereotipos que siguen presentando a las mujeres como objeto de deseo y adorno, sino por la jerarquización y tematización de los acontecimientos que suceden en el mundo. Se sigue considerando lo público como importante y lo privado, donde las mujeres históricamente han tenido más protagonismo, sigue siendo insignificante. *"Son las mujeres las que tienen que igualarse a los hombres en el ámbito público siendo lo privado insignificante para la definición de lo social y la propuesta de las mujeres que se hace en los medios"* (María José Sánchez Leyva, profesora de Ciencias de la Información y experta en género).

Los cuidados de las personas, como base del sostenimiento de la vida donde las mujeres han desempeñado y siguen haciéndolo, una función primordial, siguen sin ser valorizados o incluidos en la agenda informativa. Y cuando se hace, se circunscribe sólo a las mujeres, haciéndolas responsables exclusivas de esta tarea. No hay nuevas representaciones de hombres, sólo ejemplos puntuales, donde se les asignen de forma propositiva valores tradicionalmente asignados al género femenino como los cuidados de los hijos o la limpieza, por ejemplo.

También se deja fuera de la agenda mediática otras formas de hacer política más locales y donde las mujeres, muchas en los países del Sur, están tejiendo estrategias de supervivencia en sus barrios y comunidades.

Con los cambios políticos, legislativos y comunicacionales, que son muchos, a favor de la igualdad de las mujeres, se ha empezado a asumir que la discriminación de las mujeres no es un problema real, sino algo superado, algo que también sucede en la comunicación. Esto, además de falso, es peligroso. *"Los medios de comunicación siguen sin mostrar ningún interés en hablar de los problemas que afectan al 50% de la población, la pobreza de las mujeres, las mujeres que mueren todavía en partos, las violaciones."* (Pilar López Díez). Señalaba esta periodista, que la primera condición para articular la perspectiva de género en los medios es ser consciente de la condición de desigualdad en la que están las mujeres. La segunda condición es *"posicionarse a favor de la igualdad y recoger todas aquellas situaciones que hay que denunciar. Si la sociedad no conoce por los medios de comunicación los problemas que sufren mujeres y niñas de toda condición ese problema nunca se va a solucionar"*. Esto ocurre por *"falta de interés y de profesionalidad"*, reconoce López Díez.

Por todo esto, hay que precisar que incorporar la perspectiva de género no significa equilibrar el número de mujeres al de hombres o representar a éstas con los valores asociados al modelo masculino, sino que se **transversalice** y se incluyan en los **criterios de noticiabilidad otras formas de hacer, sentir y ver la realidad** (por ejemplo, la economía del cuidado u otras formas de participar en lo público más locales y menos jerárquicas).

Aunque hay una sensibilización respecto a la discriminación de las mujeres por parte de los periodistas, *"para la profesión periodística, contemplar la vida desde la **perspectiva de género** es un proceso de aprendizaje y no es posible implementarla basándose en el llamado sentido común y en los procesos periodísticos aprendidos en la formación reglada o a través de la práctica periodística. El sentido común y la práctica periodística están recorridos por la discriminación de género y las convenciones sociales. Sólo es posible superar dicha miopía, a través de la instalación del software necesario que nos obligue a ver la vida con gafas de género"* (Informe IORTV de 2005).

c) El Sur en los medios

El análisis del tratamiento que los medios de comunicación de masas hacen sobre las mujeres del Sur tiene, por tanto, que incluir una mirada o perspectiva de género. Sin embargo, esta perspectiva no es suficiente si la aplicamos de manera aislada, como metodología única que diferencia entre el colectivo de

hombres y el colectivo de mujeres. Por el contrario, la perspectiva de género debe concebirse de forma amplia, variable y flexible, por la sencilla razón de que no existe 'el' colectivo de hombres y 'el' colectivo de mujeres; la diversidad humana responde a criterios mucho más complejos que cambian con el tiempo.

Además, el colectivo de 'mujeres' no es un grupo homogéneo, cerrado ni estático. Existen muchas variables que se cruzan con el género para generar complejos sistemas de discriminación o de configuración de la identidad.

Estas variables también influyen a la hora de jerarquizar la información. Por eso es necesario, cuando analicemos el discurso informativo, incorporar lo que denominamos la '**interseccionalidad**' dentro de la variable de género. Esta interseccionalidad incluye: la edad -¿aparecen mujeres mayores?--; la clase o recursos económicos -¿de qué estrato social son las mujeres que aparecen y qué se dice de ellas?--; la identidad y orientación sexual -¿tienen presencia en los medios personas que se salen de la sexualidad dominante?--; la procedencia -¿qué se dice de las personas del Sur?, ¿y de las mujeres del Sur?).

Las mujeres, su entorno, lo que hacen y piensan son, por tanto, totalmente diversas, y esta diversidad depende, entre otras muchas variables, del lugar de procedencia. Por ello, no será lo mismo informar sobre la vida de las mujeres en Alaska, Noruega, Maputo o Guayaquil, y ni siquiera sobre todas las mujeres de un mismo país, estado o ciudad. Y sin embargo, la forma en la que la prensa y los medios audiovisuales hablan y representan a las mujeres de África, Latinoamérica, Asia, etc., tiene mucha relación con la manera de la que se informa de toda la región en su conjunto, de una manera relativamente homogénea.

i) El 'Sur', invisibilizado, homogeneizado y estereotipado

Como decíamos, el tratamiento que los medios de comunicación de masas hacen de las mujeres del Sur (entendiendo a éste como un colectivo tremendamente amplio y diverso), está muy relacionado con el tratamiento que reciben las regiones y las personas del Sur en general. Las mujeres del Sur, como pertenecientes a este último grupo, son representadas como una extensión o prolongación del grupo más grande.

La muestra analizada arroja conclusiones muy interesantes acerca de dónde, cuándo y cómo aparecen noticias y relatos sobre personas y/o sobre regiones del denominado 'Sur'. Según este muestreo, se puede concluir que entre junio y septiembre de 2008, en la prensa, la radio y la televisión españolas se repiten tres tendencias en la representación y la información del Sur: la invisibilización, la homogeneización y la repetición de un número relativamente reducido y cerrado de estereotipos. Todos los ejemplos que apuntamos a continuación están extraídos de la muestra anteriormente comentada (recordemos que hablamos de noticias del año 2008 presentadas en diferentes medios).

a) La invisibilización de las regiones y personas del Sur en todos los medios analizados es, de todas, la característica más notable. En prensa diaria, por ejemplo, de una media de 108 artículos que incluye un rotativo, sólo 11,6 (es decir, el 10,7%) están dedicados a personas o fenómenos ocurridos en lugares

del denominado mundo en desarrollo. Un porcentaje que se repite en televisión y radio y sólo aumenta un poco en los periódicos electrónicos, que conceden más espacio a otras temáticas (en *mundo.es*, por ejemplo, las noticias del Sur ascendían al 19,2% del total de noticias). Si bien es cierto que uno de los principales criterios de noticiabilidad de la prensa y de los medios en general es el de cercanía, por el cual se entiende que el público va a interesarse más por aquello que sucede en su entorno más próximo, el número de alusiones a personas y lugares del Sur resulta irrisorio si tenemos en cuenta que en esas regiones habita cerca del 80% de la población mundial y que esas barreras de proximidad, además, cada vez se diluyen más en un mundo globalizado.

Por otro lado, la invisibilización de personas del Sur -no tanto de fenómenos ni lugares- está ligado a otro fenómeno informativo que cada vez cobra más importancia: la **deshumanización** de las noticias por la cual se “*presta más atención a los datos abstractos, las acciones, las instituciones y entidades, que a los seres humanos responsables en última instancia de unas decisiones que aparecen, así, como si fueran autónomas y ante las que ya no se sabe a quién se puede reclamar*” (Amparo Moreno y otros/as, 2007, pg.170)¹². Según esta teoría, no es de extrañar, por tanto, que si cogemos un diario cualquiera, como el ABC del 4 de septiembre, observemos que de un total de 104 noticias, sólo 8 hablan de personas y/o sucesos/fenómenos de las regiones del Sur, de las cuales sólo 4 tienen un protagonista humano (3 protagonistas varones y 1 mujer). En el resto de los casos (la otra mitad: 4 noticias), el protagonismo de la información recae sobre instituciones, partidos, grupos humanos colectivos y fenómenos abstractos. Y esta tendencia, que es extensible a toda la información en general y todos los soportes y cabeceras, tiene su paralelismo en las noticias relativas a los países no Occidentales.

b) Homogeneización. Uno de los mecanismos que los medios de comunicación ponen en marcha para poder simplificar la realidad y que ésta sea inteligible y susceptible de ser transmitida, es la de homogeneizar personas, colectivos y fenómenos. Junto con la generación de estereotipos, la homogeneización de las personas implica reducir la inmensa complejidad humana en imágenes comprensibles. Sin embargo, este recurso resulta demasiado reduccionista cuando homogeniza de manera sistemática a personas de regiones tan amplias y vastas como lo son continentes enteros. En este sentido, los países y/o culturas no occidentales reciben un tratamiento muy similar por el hecho de ser ‘africanos’, ‘musulmanes’ o ‘árabes’. Las imágenes que se transmiten de las sociedades musulmanas son muy reducidas, y son representadas de manera uniforme, sin hacer distinción entre lugares con tradiciones y costumbres tan diferentes como puede haber en Marruecos, Irán, Palestina o Egipto, por poner algún ejemplo.

c) Creación de estereotipos y ‘guetos informativos’. Los estereotipos, decíamos, son un recurso periodístico de simplificación y transmisión de los fenómenos y de las personas noticiables. Pero transmitir siempre un número reducido y repetido de estereotipos sobre alguna persona-grupo de personas o lugar, transmite una idea reducida –a la vez de falsa y errónea- de cómo son y cómo viven dichas personas. Por ejemplo, si de las personas migrantes que

¹² Moreno, Amparo, Rovetto, Florencia y Buitrago, Alfonso, *¿De quién hablan las noticias? Guía para humanizar la información*, Madrid, Icaria, 2007.

viven en España, procedentes de Colombia se informa sólo cuando se ha descubierto una red de narcotraficantes, cuando alguien ha cometido un asesinato por 'ajuste de cuentas' o por 'violencia de género', o cuando se ha desmantelado una red de prostitución de mujeres colombianas, el público y audiencia recibirá la idea de que las personas colombianas en España son narcotraficantes, asesinos, machistas y prostitutas; y no se construirán una imagen mental más acertada –y por qué no decirlo, más justa- de que los y las colombianos/as son personas que en su mayoría llevan una vida similar al resto de personas (trabajan, contribuyen a la economía española, crían a sus hijos e hijas, se divierten, hacen música, salen de vacaciones, etc.).

Cuanto más amplio sea el abanico de estereotipos sobre un grupo de sujetos, más completa y acertada será la idea que la audiencia se haga de esos sujetos. Y, por el contrario, cuanto más cerrado y reducido sea el número de imágenes transmitidas, más parcial y sesgada será la imagen recibida. Lo que puede ser una herramienta útil para simplificar la realidad se convierte, entonces, en un 'gueto informativo' que puede resultar muy perverso.

En esta línea, los temas donde se enmarcan los relatos informativos son, en sí mismos, constructores de estereotipos. Y si estas temáticas se reducen a un número limitado y se repiten sistemáticamente, pueden también generar guetos informativos.

A partir de nuestro análisis, a nivel de secciones, casi la totalidad de noticias sobre regiones/personas del Sur se enmarca dentro de las secciones de 'Internacional', 'Mundo', 'Global' o similar. En segundo lugar, se encuentran las secciones de 'Nacional' o 'España' para las noticias sobre personas migrantes; 'Madrid' o 'Local' para los sucesos locales con protagonistas extranjeros; y 'Deportes' para las informaciones sobre todo de futbolistas latinoamericanos, africanos y, en menor medida, asiáticos. También en menor medida encontramos personas y regiones del Sur contenidas dentro de las secciones de 'Cultura', 'Ciencia', etc.

Pero si atendemos a las temáticas, observamos que hay un número reducido de temas que se repiten sistemáticamente en todos los medios, independientemente de su línea editorial, creando en muchas ocasiones guetos informativos. Las hemos categorizado de esta forma:

1. Guerras y conflictos.
2. Terrorismo (FARC y grupos islámicos) y mafias (narcotráfico).
3. Inmigración: diferenciamos entre a) cruce de fronteras ('irregulares', 'sinpapeles', 'ilegales', etc.); b) políticas estatales y europeas ('directiva del retorno', etc.); c) delincuencia (mafias, asesinatos, robos, violencia de género, etc.); y d) aportes a la sociedad (trabajo e hijos) e) prostitución.
4. Política, Gobierno, elecciones: a) Corrupción (África y Latinoamérica); b) Regímenes totalitarios y /o con 'déficits democráticos' (Cuba, Venezuela, Irán, Bolivia, Ecuador...) c) retratos, programas y homenajes de personajes políticos d) Cumbres y viajes diplomáticos.
5. Desastres naturales y catástrofes.

6. Pobreza, ayuda humanitaria y solidaridad.
7. Derechos Humanos.
8. Salud: a) SIDA; y b) Derechos sexuales y reproductivos.
9. Cultura (suplementos): a) viajes; b) producción cultural.
10. Intereses económicos de Occidente en el Sur: inversiones, empresa-negocios y acuerdos económicos (habitual en las secciones de economía y empresa).
11. **OTROS TEMAS:** Días D; interculturalidad y convivencia, deportes (jugadores de fútbol sobre todo; también atletas), viajes.

Esta tematización no responde a la clasificación explícita que hacen los medios a través de las secciones o cintillos, sino a su intención informativa. Por ejemplo, las noticias sobre las elecciones en Zimbabue las hemos incluido en la categoría de corrupción, pues aunque los medios las incluyen en la sección internacional y las rotulan con el cintillo 'elecciones', el tema de fondo es la corrupción de Mugabe. Otro ejemplo: un reportaje de TVE1 sobre el festival de *Rock in Río* donde aparece el testimonio de una fan venezolana de Alejandro Sanz que acude al concierto en España porque en su país a este cantante no se le dejó tocar, la hemos incluido en la categoría 'regímenes totalitarios o con déficit democráticos' y no en cultura, porque la intención de esta noticia es la de denunciar implícitamente a un gobierno, el venezolano, al que los medios masivos occidentales constantemente restan credibilidad democrática.

Distinguimos discursos periodísticos que influyen, como veremos pormenorizadamente en el análisis sobre las mujeres del Sur, en la representación estereotipada y la creación de guetos informativos de las regiones y personas del Sur:

1. Discurso del horror el miedo y catastrofismo. Presenta sucesos como si fueran extra-naturales, algo puntual que sucede en otros lugares donde las personas y países del Norte no tienen responsabilidades. Accidentes donde muere mucha gente, asesinatos, y también desastres naturales o crisis humanitarias que sobrecogen a la opinión pública o que acaban de empezar. No se trata tanto de que el suceso sea trágico, o no sólo, sino de que lo parezca, por eso se sirve de un lenguaje del horror lleno de adjetivos que no añaden nada informativamente y sólo contribuyen a crear un clima de sobrecogimiento. A nivel visual, escoge las imágenes más espectaculares y morbosas, sin mostrar ningún reparo en visibilizar los cuerpos desnudos, mutilados y/o muertos de las víctimas, a las que no se respeta. Tenemos que preguntarnos si sucede esto con las víctimas del Norte, donde los códigos del espectáculo son más limitados y respetuosos.

Algunas de las noticias sobre personas que llegan muertas en las pateras a las costas españolas están adoptando este discurso del horror, con apelativos como: 'drama', 'odisea',...

14 de julio, un cayuco con 14 personas migrantes muertas

Esta noticia ocupaba la primera plana en todos los medios. La imagen de agencia que circuló en todos ellos (impresos, on line y audiovisuales) mostraba los "cuerpos sin vida, agarrotados, semidesnudos, flotaban sobre los restos de agua, vómitos, combustible y orines" (pie de foto de El País).

2. Discurso que naturaliza la pobreza, la violencia y la desigualdad. Está muy relacionado con el anterior discurso en cuanto a que no apunta las causas ni establece responsabilidades. Pero no se sirve de un lenguaje del horror sino que naturaliza situaciones de desigualdad y violencia cuando se dilatan en el tiempo. Efectos colaterales de las guerras; la muerte de personas migrantes al cruzar las fronteras; la desnutrición por escasez de alimentos y su encarecimiento; mujeres que mueren en el parto o bebés que mueren prematuramente; enfermedades mortales por falta de acceso a una salud digna en muchos países del Sur, especialmente en África, etc., son escenarios que no se presentan como situaciones de violencia e injusticia sino como un mal endémico de los países del Sur.

- ♦ **RNE1, 2 de septiembre:** "Atentado suicida en la capital de Afganistán".
- ♦ **TVE1, 24 de junio:** Más de 220 muertos y 370 desaparecidos en tifón de Filipinas.

3. Discurso paternalista y etnocéntrico. Es muy habitual tratar las noticias relacionadas con el desarrollo desde una visión de solidaridad unilateral y asistencial de los países del Norte hacia el Sur. Ocurre en reportajes más largos que aparecen en suplementos y también en noticias más pequeñas que forman parte de la agenda informativa de todos los medios y que suelen coincidir con la celebración de algún día especial (como el Día mundial contra el Hambre) o con la aparición de alguna persona famosa que participa en alguna campaña de solidaridad concreta.

- ♦ **El País, 6 de julio:** "Iker Casillas para goles contra la pobreza en Perú". En este artículo no se habla de la situación de Perú, la noticia se reduce a una campaña de solidaridad donde la estrella es un futbolista madrileño.
- ♦ **ABC, 24 de junio:** "Nor vuelve a la escuela". Artículo sobre una niña libanesa que fue arrollada por un blindado español y cuya familia exige ayuda para pagar al médico. Se presenta a la familia como si pidiera ayuda humanitaria, "*la familia humilde pide ayuda*" y no en términos de justicia, exigiendo sus derechos.

4. Discurso que valoriza las aportaciones de las personas/regiones del Sur. Es el discurso que más escasea. La valorización que encontramos con más asiduidad es el reconocimiento al sufrimiento de las víctimas como colectivo, lo que no deja de ser una visión muy paternalista, más propia de los discursos anteriores.

En muy pocas ocasiones se representa a un país con capacidad para reaccionar sobre sus circunstancias, como en la noticia del *ABC* expuesta en el recuadro. Mayoritariamente se reconocen y valoran personajes concretos, casi exclusivamente hombres, que son reconocidos internacionalmente porque han recibido un premio, han escrito un libro o realizado una película, es futbolista o se les reconoce alguna hazaña, como a Nelson Mandela. La valoración de los aportes diarios a la sostenibilidad de la vida, o a hazañas más locales, no son noticia en los medios de comunicación masivos.

♦ **ABC, 24 de junio:** "África se planta ante Mugabe".

♦ **RN1, 2 de septiembre:** noticia sobre cualidades como actor del puertorriqueño de Benicio del Toro en la película sobre la vida del Ché.

5. Discurso de denuncia y responsabilidad. Conecta las causas de los problemas de los países del Sur con sus causas globales, como la agudización del hambre con el cambio climático, al que contribuyen los países del Norte más contaminantes, o el incremento de los precios del petróleo y las recetas neoliberales dictadas por instituciones mundiales. Es un discurso que responsabiliza a gobiernos, instituciones y empresas, y no es muy habitual, se reduce a reportajes especiales que suelen aparecer en suplementos dentro o fuera de los periódicos, o en programas especiales de radio y televisión que no pertenecen a los informativos. Son discursos que no entran, por tanto, en la estricta agenda informativa y que apuntan responsabilidades tímidamente y a partir, fundamentalmente, de informes de denuncia que elaboran organizaciones como Amnistía Internacional.

El País, 24 de junio: "Cuando el pacificador se cree el amo"

Reportaje de dos páginas sobre los abusos sexuales a niñas y niños por parte de los Cascos Azules y ONG.

ii) ¿Qué implicaciones tienen estos discursos informativos?

Como sosteníamos en párrafos anteriores, todas las expresiones, fotografías y sucesos que nos llegan cada día desde rotativos, informativos y programas de radio tienen un hondo calado en el imaginario colectivo y en la percepción que en Occidente nos hacemos sobre dichas regiones y sus habitantes.

Como vemos, las temáticas, aunque son diferentes y superan la docena, las más repetidas connotan imágenes y símbolos similares: muertes, accidentes, asesinatos, tragedias, injusticias, víctimas y verdugos, pobreza, hambre, miseria, fanatismo, radicalización, miedo, etc. Y estas imágenes y símbolos: ¿qué nos transmiten, más allá de lo estrictamente informado? Una imagen, si no sesgada, al menos muy parcial de cómo son las personas africanas, latinoamericanas y asiáticas, y de cómo viven en sus lugares de procedencia y en los países a donde emigran.

En este punto, lanzamos una reflexión sobre la que volveremos más adelante en varias ocasiones. Si bien es verdad que parece necesario informar sobre las injusticias, catástrofes, etc., y sobre los acontecimientos que ocurren en el mundo; ¿de qué manera podría narrarse para no 'estigmatizar' ni 'victimizar' tanto a las personas del Sur, tratadas además como si pertenecieran a un grupo humano homogéneo? Es decir, hay que denunciar la corrupción y violación de los derechos humanos del Gobierno de Mugabe en Zimbabue, pero ¿todo de lo que se informa de ese país y de sus habitantes tiene que ser corrupción y muerte? ¿No es desequilibrado e injusto emitir sólo símbolos, imágenes relacionadas con el fanatismo y el integrismo religioso cuando se habla de regiones islámicas?

Habría quizás, que remover los cimientos y reflexionar sobre los criterios de noticiabilidad y la jerarquización de la información que a veces nos llevan a rutinas. Sin olvidar, por otro lado, que en muchas ocasiones los intereses corporativos mediáticos se esconden detrás del tratamiento estereotipado de determinados gobiernos y regiones.

Para finalizar, consideramos necesario reconocer y resaltar algunos avances y/o aspectos positivos que hemos encontrado en los medios, y por donde se debería seguir avanzando. Comenzamos por el tratamiento realizado sobre las personas migrantes:

- Nuevos referentes, más allá de los estereotipos de siempre y lejos de la estigmatización de los 'sinpapeles', 'ilegales', o 'delincuentes, mafiosos', los 'otros'. "*Los pasajeros del vuelo Madrid-Bolivia reclaman en Barajas por el retraso*" (mundo.es, 8 de julio de 2008), muestra al colectivo migrante como ciudadanos que pueden exigir sus derechos, aunque sea como consumidores.
- Mención a contribuciones de las personas migrantes a la sociedad española. Cada vez hay más noticias sobre el aporte social y económico de las personas migrantes en las sociedades de acogida que amplían el abanico de representaciones de las personas migrantes, aunque mayoritariamente se reduce a considerarles en mera mano de obra, en el caso de los hombres, y motor de la natalidad, en el de las mujeres.
- No aportar como dato principal la nacionalidad de las personas en las noticias sobre crímenes, sea de tráfico de drogas, violencia machista o delincuencia urbana, y en las noticias sobre accidentes. Se observan ligeros cambios en cuanto que numerosas noticias ya no apuntan en el titular la nacionalidad de las personas. "*Muere ahogada una niña de 15 años en una laguna de Ciudad Real*" (El mundo.es, 29 de junio de 2008): es importante que no se mencione la nacionalidad de los padres en el titular, ni siquiera en el cuerpo de la noticia (donde en este caso se especifica que el padre es marroquí), porque podría producir identificaciones peligrosas, en este caso a no entender el suceso como un accidente sino como algo relacionado con la irresponsabilidad y las personas migrantes.

d) Mujeres del Sur

En el análisis del tratamiento informativo que reciben las mujeres del Sur se observa una agudización de las dinámicas que hemos advertido en la representación de las mujeres en general y en la representación del Sur. Se produce, por tanto, una doble discriminación.

i) Más Invisibilización

♦ La **ausencia** de las Mujeres del Sur en los relatos informativos es **casi total** como puede apreciarse en la tabla estadística. Están doblemente invisibilizadas, por ser mujeres y proceder de regiones del Sur.

Hombres y Mujeres del Sur como objeto de la noticia (protagonistas)				
	Noticias totales (media)	Noticias del Sur (media)	Mujeres (media)	Varones (media)
Prensa escrita diaria	108	11,6	1,5	5,1
Suplementos	30	2,5	1,08	0,08
Prensa digital	156	30	3	9,25
TV	31,7	5,37	0,75	3,1
Radio	7,6	1,6	0,6	1

MUESTRA SELECCIONADA 2008

Las mujeres del Sur aparecen poco, pero a veces no aparecen, ni siquiera mencionadas verbal o visualmente. Mostramos algunos ejemplos:

Medio	Boletín radiofónico RNE1 (24 de junio)	TVE1 (26 junio)	El País (2 septiembre)
Total noticias	8	37	94
Noticias del Sur:	1	4	9
Noticias con mujeres del Sur	0	0	0
Noticias con hombres del Sur	1	2	7

MUESTRA SELECCIONADA 2008

♦ Las noticias protagonizadas por mujeres del Sur **no suelen tener continuidad**. A lo largo del año, sólo en algunas fechas significativas como el *Día Internacional de la Tolerancia Cero contra la Mutilación Genital Femenina* (lo que podríamos denominar **días 'D'**), los medios de comunicación masivos dan

cobertura a problemas que afectan a las mujeres del Sur. Por un día, alguna lideresa del Sur aparece como portavoz, si no lo ha hecho ya alguna ONG occidental, y las situaciones que afectan a las mujeres del Sur son noticia. El resto del año, no se suele dar seguimiento a estos temas.

Los días 'D' suelen ser días de denuncia, como el día mencionado, y también días de reconocimiento a las aportaciones de estas mujeres: como el *día internacional de la Mujer Rural* (el 15 de octubre).

♦ Dentro de estas fechas significativas también incluimos la celebración de **Conferencias Mundiales y Congresos sobre Mujer**, como la *IV Conferencia Mundial de la Mujer de la ONU*, celebrada en Pekín en 1995 y que tuvo una gran receptividad¹⁵. Pero no siempre tienen acogida mediática estos encuentros de mujeres, como ha ocurrido con el Congreso Internacional e Interdisciplinar *Mundos de Mujeres* (celebrado en Madrid del 3 al 9 de julio de 2008). De la muestra¹⁶ analizada sólo ha aparecido una noticia y ha sido en la sección de solidaridad del periódico on-line El Mundo.es. El artículo, titulado "**Representantes de 100 países analizan el papel actual de la mujer**", aparecía exclusivamente en la versión on-line de El Mundo el 3 de julio, día de la clausura del Congreso, y se repetía sin alteraciones hasta el 8 de julio. En él se describía la estructura temática del Congreso y se mencionaba, sin testimonios, a dos mujeres del Sur que participaban en el evento: Somaly Mam, somalí y fundadora de AFESIP, y la escritora egipcia Nawal El Saadawi.

Las escasas noticias que aparecen sobre mujeres del Sur son, en muchos casos, fruto del trabajo de difusión que hacen ONG y organizaciones de solidaridad con el Sur, y del propio Sur.

¿Cómo se explica esta pobreza informativa?: ¿el suceso no tenía relevancia informativa? Pilar López Díaz nos contesta: "*3000 mujeres con temas que afectan al 50% de la población es lo suficientemente importante como para que hubiese sido tratado de una forma totalmente diferente a lo que se ha hecho los medios*".

Para Montserrat Boix, en los medios de comunicación hay "*un discurso único donde no entra las miradas de las mujeres y muchas otras cosas*". Esta periodista compara la escasa cobertura de *Mundos de Mujeres* con la del Foro Social Mundial de las Migraciones (Rivas, 11-13 septiembre de 2008): "*se ha hecho un esfuerzo importante e indudablemente ha habido cosas interesantes. Pero hay un problema general de los medios, cada vez son más espectaculares, cada vez se plantean menos las causas y se fijan más en la anécdota, y entonces unas reuniones no venden*".

La periodista paraguaya Verónica Villalba aporta una visión diferente: "*tal vez no tuvieron una estrategia comunicacional diseñada para el evento, teniendo en cuenta que los medios masivos no se ocupan de los temas de las mujeres aunque el evento sea enorme*".

¹⁵ Pilar Giménez Armentia en "*La imagen de las mujeres, potenciales y limitaciones de los medios*", (Fundación universitaria española, Madrid, 2007) realiza un análisis de la importancia que tuvo para la ONU la labor de los medios de comunicación, entre ellos los medios españoles, cuya cobertura analiza con detenimiento.

¹⁶ Aunque la cobertura del Congreso 'Mundos de Mujeres' fue en términos generales muy escasa y pobre, hubo otros medios y formatos que no están incluidos en nuestra muestra donde aparecieron otras noticias del evento.

Sobre estas fechas y eventos internacionales, la periodista Loles Díez Aledo, que formaba parte del equipo de RNE, considera que son "*oportunidades que nos propone el calendario*" pero también que "*no hay que desaparecer tras esas fechas porque lejos de ellas es cuando hay menos competencia y sigue habiendo espacio para la información si ésta es noticiable*".

♦ Puesto que criticamos la homogeneización que hacen los medios de determinadas regiones y personas, no podemos aquí caer en generalizaciones. La invisibilización es la tónica general, pero es preciso reconocer que cada **formato informativo** tiene unas características que afectan a su agenda informativa, haciéndola más flexible o cerrada. En la muestra analizada hacemos las siguientes apreciaciones:

- Los periódicos electrónicos, como el *mundo.es*, dan más cabida a otros contenidos dentro de su agenda informativa que los periódicos impresos. Esta flexibilización favorece a que haya más temas (y más mujeres) del Sur. En concreto *mundo.es* tiene la sección *solidaridad*, que favorece la inclusión, y de forma continuada, de un mayor número de temas donde aparecen mujeres del Sur, aunque su presencia como protagonistas es muy escasa.
- Por lo general, los suplementos también flexibilizan sus criterios de noticiabilidad respecto a los diarios, y dan cabida a más temas, entre ellos los referentes a regiones/personas del Sur. De hecho, vemos cómo en nuestra muestra analizada, en los suplementos de El País y del ABC, la proporción de mujeres del Sur como protagonistas que aparecen con respecto al total de noticias del Sur es mayor que en la prensa diaria, llegando incluso a ser mayor que la cifra de hombres protagonistas. La extensión de los reportajes de semanarios y suplementos suele ser mayor que el de una noticia al uso y esto favorece, en principio, un tratamiento más allá de la anécdota, con la presencia de más testimonios que no suelen ser los habituales.
- Los boletines informativos de la radio, de duración muy breve, se limitan a reproducir los titulares más destacados del día, por lo que se reducen mucho los criterios de noticiabilidad en detrimento de temas del Sur, especialmente de mujeres. Aunque no entraban en la muestra analizada, consideramos oportuno mencionar que además de los boletines informativos de 5 minutos, existen programas informativos que adoptan un formato 'magazine', que dan pie a contenidos que no son de 'rabiosa actualidad'. Hecho que también encuentra su paralelismo en el informativo televisivo de la 2 y los documentales, donde la visibilización del Sur y de las mujeres es mayor.
- En los informativos televisivos como el de TVE1, es más fácil encontrar testimonios no cualificados (testimonios de la calle) y esto favorece la aparición de mujeres extranjeras, que sin ser objeto de noticia, dan su testimonio sobre los sucesos acontecidos.

- La prensa gratuita no es más flexible a la hora de incluir noticias del Sur y protagonistas mujeres. Su organización de la información en lo que podríamos denominar 'píldoras informativas' limita mucho el espacio de las noticias, que quedan reducidas a un titular, una ilustración y algunos datos llamativos.

♦ El lenguaje es otro indicador de la invisibilidad de las mujeres pues sirve para nombrar la realidad pero también para invisibilizar lo que no nombra.

El uso del **masculino genérico** para referirse a hombres y a mujeres es predominante en todas las noticias analizadas. Si bien éste se puede utilizar por un cuestión de 'economía lingüística', en la práctica muchos y muchas periodistas no piensan en las mujeres al redactar las noticias, incurriendo en lo que Mercedes Bengoechea¹⁷, experta en filosofía del lenguaje, denomina "**androcentrismo gramatical**", que se da cuando usamos el vocablo del género masculino aparentemente en sentido genérico (para referirnos a hombres y a mujeres) pero sólo nos estamos refiriendo a los hombres. Confundiendo así, conceptualmente, al varón con el ser humano, a los hombres migrantes con las personas migrantes, a las víctimas de las guerras y conflictos armados con los varones de esas guerras y conflictos armados.

En las noticias del Sur analizadas encontramos numerosos casos donde el objeto de la noticia es un colectivo humano mixto: víctimas de catástrofes, accidentes, desastres naturales o protagonistas de acciones masivas como una protesta social. Pero el uso de masculino genérico nos puede llevar a pensar en un solo sexo. Algunos ejemplos:

"Hanna deja 90 muertos en Haití y 10.745 evacuados en República Dominicana" (el mundo.es, 7 de septiembre). En este caso, la elevada cifra nos hace pensar que probablemente hay mujeres también.

¿Y en esta noticia?: **"Detienen a 75 miembros de una red europea de inmigración irregular"** (20 minutos, 24 de junio). Si luego no se especifica que hay mujeres, bien en el cuerpo de la noticia o bien en a través de una fotografía (como sucede en este caso), lo más probable es que pensemos que son sólo hombres, porque incluir a las mujeres en nuestro imaginario requiere pararse a pensar y preguntarse, no es una operación automática.

Lo habitual, sin embargo, es que en las fotografías y las imágenes de los informativos televisivos que ilustran noticias co-protagonizadas por hombres y mujeres, sólo aparezcan hombres, lo que multiplica el androcentrismo.

A veces el masculino genérico se emplea para denominar a colectivos de personas integrados exclusivamente por mujeres. La expresión **"los tarifeños opuestos a Evo Morales"** (ABC, 24 de junio) en un pie de foto no se corresponde con la fotografía, donde sólo aparece una organización de mujeres bolivianas. ¿Por qué no usar el femenino en este caso tan explícito? En cualquier ejercicio escolar nos hubieran dicho que es un error gramatical. Es lo que muchas teóricas denominan "androcentrismo gramatical".

¹⁷ Recomendamos el artículo de la autora: "La categorización masculina del mundo a través del lenguaje verbal de los medios", en Manual de información y género (IORTV e Instituto de la Mujer, 2003).

Utilizado de forma correcta o de forma incorrecta, nombrar el mundo en masculino tiene unas consecuencias simbólicas que Ana Mañeru, directora de Programas de Educación del Instituto de la Mujer, describe así: *"impide la identificación de las mujeres entre sí, lo femenino queda constituido como una excepción de la regla, los problemas de los hombres incumben a toda la humanidad, mientras que los de las mujeres no importan sino a ellas, son 'cosas de chicas', no merecen la atención de toda la sociedad"*¹⁸.

El idioma castellano es muy rico y tiene múltiples vocablos y expresiones que, sin ser masculinas ni femeninas, visibilizan a los dos géneros. En la guía de recomendaciones apuntamos algunos.

ii) Visibilización. Cuando las mujeres del Sur aparecen

A veces, las mujeres latinas, africanas y asiáticas también son representadas en los relatos informativos españoles. Y sin embargo, esa representación puede variar mucho dependiendo de si la persona aludida aparece como protagonista de la noticia, como mencionada, como fuente de información, o simplemente retratada en una fotografía. ¿Se le concede el mismo valor o importancia a la mujer que en un artículo aparece como protagonista, con testimonio y voz propia, que a la que sale aludida simplemente por ser 'hija de' o 'esposa de'? ¿Y a un sujeto que en una crónica habla como experto de un fenómeno atmosférico o aquél que sólo aparece como sujeto víctima de dicho fenómeno? La respuesta parece obvia. El valor que se concede a las personas en las informaciones depende, por tanto, de la posición de dicha persona en el artículo, reportaje, crónica o entrevista. No basta sólo con 'aparecer', también importa el cómo se aparece.

A partir de nuestra muestra, hemos obtenido datos e informaciones que arrojan interesantes conclusiones:

- Las mujeres del Sur **no son protagonistas** de las noticias. En poquísimas ocasiones, encontramos noticias en los que el sujeto central sea femenino.

VISIBILIZACIÓN DE LAS MUJERES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN				
	Noticias Sur (media)	Total mujeres (media)	Protagonistas (media)	Mencionadas (media)
Prensa Escrita diaria	11,6	3,2	1,5	1,7
Suplementos	2,5	1,58	1,08	0,5
Prensa digital	30	6	3	3
TV	5,37	3,87	0,75	3,1
Radio	1,6	0,6	0,6	0

¹⁸ Mañeru, Ana: "El género: ¿accidente gramatical o discriminación no accidental? Actas de las VIII Jornadas de Investigación Interdisciplinar. Ediciones de la Universidad Autónoma de Madrid, Instituto Universitario de Estudios de la Mujer, Madrid, 1991 (Pp. 309-17).

- En ocasiones, las apariciones de protagonistas femeninos del Sur aumentan por lo que denominamos '**picos de representación**'. Este fenómeno responde al interés por determinados personajes que por sí mismos tienen mucho valor noticioso, acontecimientos excepcionales o informaciones con un interés especial para los medios (sea interés político, económico, o de otra índole). Esto es lo que ocurrió, ya hace un año, con la liberación de Ingrid Betancourt, ex candidata a la presidencia colombiana y secuestrada por las FARC durante más de seis años. Con la cobertura de su liberación, la aparición de mujeres del Sur como protagonistas en la prensa, radio y televisión se ha incrementado de manera considerable. En la prensa diaria, por ejemplo, durante la semana de su rescate la media de mujeres no occidentales protagonistas se incrementó de una media de 1 o 2 apariciones, a otra de 3-4 de media en cada rotativo. De esta media, al menos el 75% de las noticias versaban sobre Ingrid Betancourt. Cifra, por otro lado, que volvió a caer pasado el 'pico informativo' de este suceso, llegando en ocasiones a ser de 0 mujeres como objeto de la noticia en alguna edición.

Al analizar este fenómeno también hay que tener en cuenta que Ingrid Betancourt tiene también nacionalidad francesa y que el Gobierno francés se implicó de manera muy activa en su liberación, por lo que es un personaje que no es estrictamente del 'Sur'.

- Aunque como decíamos en párrafos anteriores, las noticias están sufriendo una 'deshumanización' y muchos de los artículos tienen protagonistas abstractos, difusos, instituciones o sujetos no humanos, comparativamente, **los varones de las regiones del Sur son centro de los relatos informativos en mucha más relación que las mujeres**. Como se observa en la primera tabla, en prensa escrita, por ejemplo, mientras hay una media de 1,5 mujeres que son protagonistas de las noticias (de un total de 11,6 noticias que tratan sobre el Sur), los varones alcanzan la cifra de 5,1. Esta proporción se repite en el resto de los soportes salvo en los suplementos semanales.

- Cuando aparecen mujeres africanas, latinoamericanas o asiáticas en los medios de ámbito nacional, suelen hacerlo en calidad de **mencionadas**, no como centro de la información. Esto, puede entenderse, resta importancia a las mujeres así como a lo que hacen, dicen, piensan o les sucede.

- Dentro del grupo de mujeres mencionadas, destaca el porcentaje de aquellas que son **simplemente aludidas, sin testimonio**. En televisión, por ejemplo, de un total de 3,87 mujeres (protagonistas y mencionadas), sólo 1,375 aparecen con testimonio, directo o indirecto. Sólo el 35,58% de la escasa cifra de mujeres que aparecen expresan sus ideas, conocimientos, sentimientos... Esto implica que las mujeres sobre las que se habla no tienen voz propia, sino que se habla sobre ellas. No son sujetos activos, sino pasivos. No aparecen como motores de acción, sino como 'objetos de la información' a los que les ocurren cosas o de los que se habla.

TESTIMONIOS DE MUJERES		
	Total mujeres	Total testimonios
Prensa Escrita diaria	3,2	1,1
Suplementos	1,58	1,05
Prensa digital	3	1,66
TV	3,87	1,375
Radio	0,6	0,5

- La naturaleza de los testimonios puede variar según el soporte o el tipo de información. Dado el bajísimo número de testimonios registrados, es difícil extraer conclusiones fiables pero podemos observar que en los medios audiovisuales (radio y televisión) hay un predominio de **testimonios vivenciales** (por ser testigo de algún suceso; por su relación de madre, esposa, hija, vecina, etc. del sujeto de la información; por sus roles reproductivos, etc.), mientras que en la prensa escrita y on-line prevalecen los **testimonios expertos** (opiniones y/o declaraciones de expertas en algún tema). En general, los testimonios vivenciales tienen una carga más informal que los testimonios cualificados, ya que no tiene el mismo significado o valor social. Por ejemplo, las declaraciones de la vecina de una mujer asesinada no se valoran de la misma manera que las de una experta en medicina, política, televisión, etc., que hable sobre violencia de género. Sin embargo, los medios de comunicación deberían dar voz a testimonios de todo tipo para reconocer a las mujeres como fuentes de autoridad y de información, tanto por sus experiencias cotidianas y personales, como por su cualificación intelectual, profesional y vital. De esta manera se visibilizaría y revalorizaría las diferentes experiencias femeninas y se las reconocería en puestos y espacios donde normalmente sólo se ve a los varones.

En la muestra analizada nos hemos encontrado algunas excepciones a esta invisibilidad casi total de los testimonios de mujeres del Sur. Ejemplos como éste proporcionan un buen marco de referencia:

Elmundo.es, domingo 6 de julio

TELEVISIÓN

La prensa libanesa, mecha de la guerra civil.

En este reportaje se relata cómo expertos y ONGs consideran que parte de la culpa de la confrontación interna en el Líbano es de los medios de comunicación. Esta idea se narra, entre otros, a partir del testimonio experto de tres mujeres:

- Roula Mikhael, coordinadora de Maharat, la única ONG que trabaja para promover un periodismo independiente.
- Zeina Roueiheb, miembro de Maharat.
- Dina DAbbus, profesora de la Universidad Libanesa

Este tipo de artículos, además de contribuir a la riqueza informativa (por la búsqueda de fuentes de información a las que no se acceden normalmente) nos muestran a mujeres del Sur (en este caso de Líbano) en roles, trabajos y actitudes diferentes a las que los medios suelen transmitir, y se las concede una importancia especial al ser tenidas en cuenta como fuentes de autoridad. No

obstante, ésta no es siempre una tarea fácil de hacer. Al respecto, apunta Montserrat Boix que *"echar toda la responsabilidad a los medios tradicionales sería injusto"* ya que muchas veces las propias mujeres otorgan *"poca importancia a la comunicación"*. Así que a los posibles prejuicios de los profesionales de comunicación se suman rutinas periodísticas (la necesidad de economizar el tiempo y los recursos para encontrar fuentes de información accesibles y fiables) y las propias barreras y dificultades que existen para que mujeres del Sur se presten a ser fuentes, portavoces y testimonios. Como afirma Verónica Villalba, *"por mi experiencia sé que las mujeres organizadas, las feministas no le damos importancia a la comunicación, a la visibilidad, a cómo crear estrategias de comunicación para incidir en los medios masivos. Generalmente hay miedo a salir en la televisión, en programas masivos, etc."*

Esto implica una dificultad añadida en la inclusión de la perspectiva de género en las políticas informativas y en el trabajo cotidiano de los y las periodistas.

- Algunas alusiones hechas a través de la fotografía, en ocasiones convierten a **las mujeres en un 'recurso dramático'**. No son pocas las noticias (impresas o audiovisuales) donde las mujeres del Sur, sin ser protagonistas (y ni siquiera mencionadas en el cuerpo del relato) aparecen iconográficamente. Lo vemos en las siguientes noticias, donde las distintas mujeres aparecen ilustrando un artículo cuyos protagonistas son hombres:

Mundo.es, viernes 4 de julio
ESPAÑA
¿A quién votan los inmigrantes?



Pie de Foto: "Varios inmigrantes bolivianos se preparan para hacer una danza en Valencia" (EFE)

Mundo.es, viernes 4 de julio
ECONOMIA
XIX Congreso Mundial del Petróleo
Arabia Saudí augura una larga vida al crudo



Pie de Foto: "Un grupo qatarí ofrece una actuación durante la clausura del congreso" (EFE)

En ejemplos como éstos hay que preguntarse qué es lo que añade cada fotografía a las noticias; qué consideración se le está dando a las figuras femeninas dentro de esa información (¿son sujetos de la información o son más bien objetos?) y si, más que un valor noticioso, no se está reforzando ciertas imágenes o estereotipos sobre las mujeres. Se trata de evitar lo que Verónica Villalba cree que se sucede en muchas ocasiones en las que las mujeres del Sur sirven para generar *"sensiblería, somos utilizadas como elemento sensiblero"*.

iii) Temáticas

Coincidiendo con el escaso número de mujeres del Sur que aparecen en los textos informativos, el abanico de temas donde son objeto de noticia también es muy reducido. A partir de la muestra seleccionada, hemos elaborado un listado con los temas más frecuentes donde aparecen las mujeres del Sur:

- Guerras y conflictos armados/religiosos/interétnicos...
- Terrorismo y narcotráfico
- Narcotráfico
- Desastres humanitarios y naturales, pobreza y ayuda humanitaria
- Ayuda humanitaria y solidaridad
- Mujeres inmigrantes y natalidad
- Prostitución y explotación sexual
- Violencia de género.
- Mujeres opositoras.
- Mujeres con cargos políticos.
- Velo de la mujer islámica
- Cultura y viajes
- Sucesos excepcionales

• Las temáticas que incluyen a las mujeres del Sur coinciden en gran parte con los grandes bloques de las regiones del Sur: aparecen en situaciones donde son víctimas de **guerras** (campos de refugiados palestinos, guerra de Afganistán), **conflictos interétnicos** y también de **desastres humanitarios** (crisis alimentaria en Etiopía) y **naturales** (huracán Hanan a su paso por Haití; el huracán Gustav e Ike en Cuba; el hundimiento de un ferry filipino y las lluvias torrenciales en China). En estos grandes temas, cuando se habla de las víctimas civiles, suelen aparecer como coprotagonistas con los varones, aunque el uso del masculino genérico las invisibiliza en muchas ocasiones.

- **ABC, 6 de julio, suplemento:** "Sabra-Chatilla. Supervivientes olvidados". Reportaje de denuncia de la situación que viven refugiados palestinos en Líbano, aparecen las mujeres con sus testimonios.

- **Boletín radiofónico de RNE1, 7 de septiembre:** "Huracán antes de su paso por Cuba". Mujeres cubanas coprotagonistas, aparece su testimonio.

- **ABC, 4 de septiembre, suplemento Alfa y Omega:** "Masacre en la India" sobre conflictos interétnicos y religiosos, aparecen mujeres misioneras hindúes perseguidas.

• Las noticias sobre **terrorismo y narcotráfico** suelen estar mayoritariamente protagonizadas por hombres (líderes políticos, soldados y grupos armados mayoritariamente). Sólo cuando las mujeres son víctimas que han sido rescatadas o están en una situación interesante para los medios, aparecen. El ejemplo por excelencia es la liberación de Ingrid Bettancourt, que fue un auténtico fenómeno mediático en julio de 2008. Para ilustrar la ola de enfrentamientos relacionados con el narcotráfico vividos en México a finales de verano de 2008, encontramos algunas noticias como la entrevista desde la cárcel a la mexicana Sandra Ávila, esposa, amante y novia de capos y policías mexicanos (*El País*, 7 de septiembre); o el reportaje sobre el rescate de una mujer y su hijo (*El País*, 4 de septiembre).

ABC, 4 de julio: "La libertad recobrada de Ingrid" (editorial). Boletín radiofónico de RNE1, 4 de julio: "Betancourt ha sido recibida por Sarkozy"

• De las cuatro primeras categorías, donde más se las visibiliza a las mujeres del Sur con respecto a los hombres es en noticias relacionadas con **ayuda humanitaria y la de solidaridad**. La cobertura informativa de campañas de ONG y cuerpos diplomáticos como la ONU desplegadas en países del Sur suele visibilizar más a las mujeres junto a los niños y las niñas, que como acabamos de explicar, parecen funcionar como un recurso dramático.

20 minutos, 24 de junio: "Eto`0 con las niñas de Nairobi y sin planes futuros". En la fotografía: niños y niñas con el deportista.

• A estos cuatro temas mencionados se suman otros que afectan a las mujeres por el hecho de serlo: los **derechos sexuales y reproductivos**, la **explotación sexual y la prostitución**. En contadas ocasiones, estos temas son el eje central de la noticia:

- **Mundo.es, 24 de junio:** "Olvidadas frente al cáncer". Reportaje sobre las diferencias en la salud para las mujeres del Sur, por su dificultad para recibir una prevención adecuada del cáncer de cuello de útero.

- **El País, 7 de septiembre:** "La prostitución reaparece en Cuzco".

- **Mundo.es, 29 de junio:** "Siria abre su primer centro de rehabilitación para mujeres maltratadas".

Pero en la mayoría de los textos informativos, estas temáticas de género y Sur son apuntes que se hacen para añadir información específica de las mujeres en un artículo más general sobre alguna región del Sur.

- **ABC, 6 de julio:** "Suazilandia, el reino del sida". Se habla del país con más índice de SIDA y se menciona específicamente cómo afecta a las mujeres, y en concreto a las embarazadas.

• Algunos **sucesos excepcionales** donde las mujeres son protagonistas están relacionados con el hecho de que sean mujeres.

- **TVE1:** "La madre más vieja del mundo..." Una mujer india da a luz a los 70 años

• Otro de los temas recurrentes es el uso del **velo** por las mujeres musulmanas. Las polémicas declaraciones de la ministra de igualdad, Bibiana Aído, en relación al uso del velo por las mujeres migrantes del colectivo musulmán en España, ocupó varias planas en varios medios el 26 de junio. El interés por este tema también se advierte en la inclusión de fotografías que cuestionan implícitamente el uso del velo y que aparecen en noticias con las que no tienen una conexión directa, una vez más como adorno y aquí además

como denuncia. Un ejemplo aparecía en una noticia del *El País* del 24 de junio sobre el rearme nuclear de Irán. Sin ninguna conexión con el artículo, la fotografía exhibía a una mujer limpiándose el carmín y con pañuelo ante otras mujeres guardianas policías de la revolución iraní.

- **ABC, 26 de junio:** "Aído la emprende ahora contra la vestimenta de las mujeres musulmanas"

- **El País, 24 de junio:** "Teherán aguanta la presión". Sin ninguna conexión con el artículo, que es sobre el rearme nuclear de Irán, aparece una fotografía con a una mujer limpiándose el carmín y con pañuelo ante otras mujeres guardianas policías de la revolución iraní. El pie de foto: "operación contra la corrupción social".

• Las **mujeres migrantes** cada vez aparecen más en los relatos informativos (mencionadas en el texto escrito, en fotografías o en imágenes), como coprotagonistas en noticias sobre trámites para conseguir la nacionalidad o en deportaciones y cruces de frontera dramáticos. Mientras continúan las representaciones tradicionales que las vinculan a la prostitución, cada vez son más frecuentes noticias que las relacionan con la natalidad. Finalmente, destacamos su aparición en noticias relacionadas con la violencia de género dentro de las relaciones afectivo-sexuales (lo cual es peligroso en cuanto desdibuja un problema social y de género y lo convierte en algo de 'los inmigrantes').

- **20 Minutos, 24 de junio:** "Detienen a 75 miembros de una red europea de inmigración irregular". Las mujeres son coprotagonistas y aparecen en la fotografía.

- **El País, 29 de junio:** "Redada masiva contra la inmigración en Murcia". En la foto aparecen mujeres y hombres migrantes. Se cita el caso de una 'madre' que había ido a comprar comida para sus hijos cuando fue detenida.

- **Mundo.es, 26 de junio:** "les ofrecían trabajo como damas de compañía. Prostitutas argentinas viajaban a España como 'camellos' sin saberlo". Este ejemplo muestra cómo, una de las pocas veces que aparecen mujeres migrantes, están vinculadas a redes prostitución y narcotráfico.

- **TVE1, 29 de junio:** informa sobre el caso de una mujer boliviana que vivía en Madrid y ha sido asesinada por su expareja, también boliviana. Es positivo que no mencione la nacionalidad hasta el final de la noticia.

- **El País, 4 de julio:** "Uno de cada cinco bebés nace en España de madre extranjera"

• El incremento de mujeres que ostentan **cargos políticos** en países del Sur también influye en una mayor presencia de mujeres del Sur en las noticias. En la muestra analizada ninguna política aparecía con el protagonismo de los hombres pero aparecían como mencionadas y fuentes de información experta (la difunta candidata paquistaní Benazir Bhutto ha sido mencionada en todas las noticias donde aparece su marido, ministro actual de Pakistán; la presidenta argentina, Cristina Krichner; y algunos cargos ministeriales en países como Afganistán).

• Dentro de la escasez de las noticias con mujeres del Sur, en lo que hemos englobado con la categoría de '**cultura**', encontramos una variedad de noticias protagonizadas por mujeres del Sur: música, viajes, actividad académica, libros, y el caso aislado de alguna deportista. Algunos festivales de música celebrados en verano en España, que coincidían con la fecha de la muestra seleccionada, dan pie a la aparición de cantantes y los suplementos de verano,

en sus reportajes de viajes, han visibilizado a algunas mujeres de destinos considerados 'exóticos' como Papeete.

- **TVE1, 6 de julio:** Reportaje se Rock in Río donde se menciona a la cantante Shakira.
- **El país, 4 de julio:** "Zheng inspira a China. La jugadora impulsa el tenis en un país donde arrasa el pimpón".
- **El País, 6 de julio,** suplemento dominical: Entrevista a Fatema Mernissi. 'Todos somos nómadas digitales'.
- **ABC, 4 de julio,** suplemento: "Papeete. Una sensual anfitriona".

• La **violencia de género** que sufren las mujeres del Sur no ha aparecido tematizada como tal en la muestra recogida. Sólo hay un par de casos puntuales.

- **20 minutos, 26 de junio:** "Niña nicaragüense de 12 años embarazada por violación y enferma que necesita abortar".
- **El País, suplemento dominical, 29 de junio:** Reportaje de dos páginas sobre la hija violada del presidente nicaragüense Daniel Ortega.

Es preocupante la aparición de noticias donde aparecen casos de violencia de género que no se categorizan como tal y que diluyen esta violencia en situaciones como la corrupción o el narcotráfico. Podemos citar el reportaje sobre abusos sexuales de cascos azules a niños y niñas (*El País*, 24 de junio), donde se obvia que los agresores son hombres. También encontramos la noticia sobre una serie de crímenes, secuestros y asesinatos ocurridos en México entre los que están el *feminicidio* de Ciudad Juárez que, no obstante, no es calificado como tal sino incluido como un ejemplo más del horror y la inseguridad del país azteca (*D7 de ABC*, domingo 7 de septiembre). La antropóloga mexicana, Marcela Lagarde, explica los asesinatos de cientos de mujeres en la frontera Ciudad Juárez y otros lugares de México y del mundo con el concepto de '*feminicidio*': "un conjunto de violaciones de los derechos humanos de las mujeres". En estos asesinatos, como ocurre en la noticia mencionada, confluyen varios elementos comunes: "hay migración, existe tráfico de todo, hay un clima de impunidad con poderes fácticos reales de los hombres machistas y patriarcales, son Estados pobres...", pero el primer elemento común es "que las víctimas son mujeres y los agresores hombres". Pero, como sucede en la noticia mencionada, en los discursos públicos estos asesinatos de mujeres se aíslan de los procesos de la 'violencia de género', definida por Lagarde como "una política patriarcal de dominación estructural basada en el sexo y en la sexualidad que contribuye a reproducir el dominio"¹⁹.

Como analizamos en posteriores epígrafes, el repertorio de temas y representaciones de mujeres del Sur, especialmente de las jóvenes, comienzan a abrirse en algunos reportajes cuyo enfoque informativo abandona los estereotipos tradicionales y busca nuevos horizontes interculturales. No obstante, cabría preguntarse por qué las mujeres –y en especial las mujeres del Sur– no aparecen más representadas en otras temáticas diferentes a las mencionadas: participación política (diferente a la política de partidos),

¹⁹ Ponencia de Marcela Lagarde, 16 de abril de 2008, Casa de América, Madrid.

economía doméstica, deportes, cultura, etc., que son temas en los que las mujeres tienen mucha presencia pero que por la jerarquización androcéntrica de la información quedan excluidos.

iv) Roles y estereotipos

Los estereotipos, como imágenes mentales y conceptos psicológicos, decíamos que son un recurso útil para transmitir la información y no son en sí mismos negativos. El problema surge cuando su uso repetitivo y reducido estigmatiza a las personas de un determinado colectivo. Y esto es precisamente lo que ocurre con las mujeres del Sur, que son representadas todas ellas según una lista de imágenes relativamente pequeña, cerrada y estática. Según nuestra muestra, podemos afirmar que si bien todas las personas son representadas en los medios de comunicación mediante roles e imágenes predeterminadas, el abanico de estereotipos y roles se reduce en las personas del Sur, y más cuando son mujeres, y las connotaciones que se desatan son más negativas.

De todas las noticias impresas y audiovisuales rastreadas, hemos encontrado que se repiten **cuatro roles** a la hora de representar a las mujeres del Sur.

1. Las 'víctimas', mujeres que sufren adversidades.

El rol de víctima es el que más aparece en todas las informaciones: mujeres de regiones del Sur como víctimas de guerras, catástrofes naturales, hambrunas, secuestros, asesinatos, violaciones, prostitución, tráfico de mujeres, violencia doméstica, tradiciones culturales, etc. Estas imágenes se repiten una y otra vez cuando el interés mediático se acerca al mundo de las mujeres de tres continentes enteros, a través de titulares, fotografías, relatos o declaraciones. Veamos sólo algunos ejemplos:

ABC XL semanal, domingo 29 junio
Afganistán, la isla de las niñas perdidas

"... el drama de esas mujeres cuya existencia es negada, cuyos cuerpos son sometidos, lapidados, escondidos de la mirada y del respeto de los seres humanos..."

El País, viernes 4 de julio
INTERNACIONAL
Ingrid Betancourt: "Mi libertad es un milagro"

"Ingrid y sus hijos, Mélanie y Lorenzo, se fundieron en un abrazo apretado, bañado en lágrimas..."

"... Para esta mujer que perdió seis años en la selva, uno de los hechos más siniestros es el "negocio sórdido de los medicamentos..."

El País, martes 8 de julio
ESPAÑA
Desaparecen 14 'sin papeles' al volcar una patera a unos 90 kilómetros de Granada

"El mar de Alborán se tragó en la madrugada de ayer los cuerpos de 14 sin papeles- nueve hombres, cuatro mujeres y un bebé (...) Anoche sólo una embarazada continuaba ingresada."

TVE 1, domingo 29 de junio
Antropólogos forenses argentinos toman muestras de ADN a posibles familiares de víctimas de la dictadura argentina radicados en España.

El reportaje muestra mujeres argentinas víctimas que están trabajando por recuperar la memoria histórica.

**Elmundo.es, martes 24 de junio
ESPAÑA**

Les ofrecían trabajo como 'damas de compañía'.

Prostituías argentinas viajaban a España como 'camellos' sin saberlo.

"...Muchas llamaban al teléfono móvil sabiendo que, en verdad, el destino final era algún 'puticlub' de carretera nacional en la península..."

"...el hombre que fue a recibirla le preguntó por la maleta ausente y la amenazó de muerte si no se la hacía enviar desde Buenos Aires. La mujer consiguió zafarse de esa embarazosa situación, volvió a Madrid y pidió ayuda en la representación consular de su país..."

**Elmundo.es, domingo 7 de septiembre
INTERNACIONAL**

Cuba evacua a cientos de miles de personas ante la llegada de 'Ike'



Pie de Foto: Haitianos de Gonaives, evacuados también por 'Ike'. (AP)

RNE 1, jueves 4 de septiembre

**Detenido el presunto asesino
de una niña coreana en Canarias**

Se recalca que tanto víctima como asesino son de nacionalidad coreana.

La posición de víctima, no obstante, puede tener diferentes matizaciones. Como argumenta Montserrat Boix, *"visibilizar a las mujeres como víctimas tampoco ha sido necesariamente malo. En un momento dado ha sido un reto. Otra cosa es que se quede ahí la historia. Es lamentable que las mujeres del Norte y del Sur tengan mucha presencia sobre todo en temas de violencia de género, pero eso en un momento determinado ha sido un reto porque durante muchos años ni siquiera se tenía en cuenta la existencia de víctimas. Hay que analizarlo con mucho cuidado. No es necesariamente malo porque forma parte de la denuncia; otra cosa es que se cuestione el hecho de que las mujeres no son sólo víctimas y reclame una mirada diferente"*.

Es, por tanto, un logro que las mujeres del Sur, casi inexistentes en nuestros medios de comunicación, aparezcan, y que esas apariciones sean también para denunciar situaciones que éstas sufren de maltrato, injusticia, agresiones, racismo, etc.

Contar, por ejemplo, el olvido y la situación de discriminación y penurias que viven los refugiados y refugiadas palestinos/as en Líbano (*D7 de ABC*, domingo 6 de julio) resulta a todas luces importante, aunque se corra el riesgo de que las mujeres aludidas refuercen en su rol de víctima. Por ello, esa no debería ser la única imagen que los medios de comunicación dieran de mujeres palestinas y/o libanesas.

Por otro lado, la condición de víctima puede relatarse de maneras muy diferentes. En relación a algunos de los titulares seleccionados, analicemos el rol de víctima pasiva con el que se retrata a las niñas y mujeres afganas en el reportaje de *XL de ABC* del domingo 29 de junio. En dicho reportaje, Rosa Díez

habla de niñas y de mujeres envueltas en la "tela opresora", cuyo destino se va a "mutilar" debido a "esa tiranía bendecida por su dios (...) mucho más brutal que la falta de libertad y democracia que sufren tantos ciudadanos de tantos países". Las fotos –de estudio– refuerzan estas imágenes porque plasman a niñas que están posando con ropas sucias (alguna sin zapatos), muy serias, rostros tristes, mientras la redactora añade "dicen las pocas afganas que pudieron escapar que bajo el burka no se puede reír. Todo el esfuerzo se reserva a respirar". Son retratos de mujeres totalmente sometidas, sin opción alguna, sin esperanza, sin recursos, ni siquiera tienen opiniones de su propia situación. La vida oprimida y mísera de las mujeres afganas se presenta, además, sin ningún tipo de contextualización, salvo la tiranía del régimen talibán. Pero nada se dice de una guerra, ni de lo que sufre la sociedad civil y por qué. Es más, la mirada occidental de esta dramática situación apunta que "bajo el burka están las lágrimas de esas mujeres que esperan de nosotros que las ayudemos a recuperar la luz", pero no se incluyen las declaraciones de esas mujeres pidiendo tal cosa ni cómo lo harían ellas.

Esta visión es radicalmente distinta a la del reportaje de TVE1, en la que mujeres argentinas, víctimas también (en este caso de la represión de la dictadura militar) tienen un rol activo: a partir de un reconocimiento de su dolor, se las muestra trabajando y luchando por recuperar la memoria histórica y hacer justicia. Mientras las niñas afganas no tienen voz y sólo son retratadas a través quien las mira y fotografía, las mujeres argentinas aparecen dando testimonios personales, organizándose y manifestándose.

También hay diferencia entre ésta y las noticias sobre prostitución obligada, pateras, asesinatos, etc., en las que las mujeres son retratadas con roles pasivos, generalmente sin voz, sin testimonio, y en ocasiones de manera morbosa y sensacionalista, lo que las encasilla en situaciones inmovilistas de las que no pueden salir.

Algo parecido ocurre con las catástrofes naturales. En el artículo 'Cuba evacúa a cientos de miles de personas', de *mundo.es* del domingo 7 de septiembre, en el que las mujeres aparecen sólo como afectadas y evacuadas en la foto (mujeres haitíes, en este caso). Aparecen como víctimas pasivas, pero no como personas que actúan en medio de ese sufrimiento, a pesar de que como dice M. Boix "en situaciones críticas, por ejemplo en catástrofes humanitarias, las mujeres que son las que básicamente organizan todo son menos visibles y por tanto acaban siempre visibilizando a los hombres". Las mujeres, en éste y en muchos otros casos, son sólo víctimas que nada puede hacer para cambiar su situación.

El relato mediático de la liberación de Ingrid Betancourt no ha estado exento de esta retórica del sufrimiento.

2. Las 'madres', función reproductiva de las mujeres.

Otra de las imágenes que más se repite sobre las mujeres del Sur es la de 'mujeres- madre'. La maternidad, el instinto maternal y la función reproductiva femenina son valores que los medios ensalzan en referencia a todas las mujeres en general. Sin embargo, cuando se trata de mujeres africanas, latinoamericanas y asiáticas, parece que las imágenes donde se visibiliza este

rol aumentan, al menos en relación al porcentaje de sus apariciones en los medios.

En nuestra muestra encontramos que al hablar de personas migrantes, la figura de la madre y su aportación a la sociedad tienen mucha importancia, tanto en las noticias con mujeres protagonistas o aludidas en la información:

ABC, viernes 4 de julio

ESPAÑA

Casi uno de cada cinco nacidos en España es hijo de madres extranjeras.

El número medio de hijos por mujer en España se eleva hasta 1,39, el valor más alto desde 1990.

La mayoría de nacidos extranjeros son marroquíes

El País, viernes 4 de julio

SOCIEDAD

Uno de cada cuatro bebés nace en España de madre extranjera.

"... los inmigrantes, que suponen alrededor del 10% de la población, siguen colaborando sustancialmente en las magras cifras de natalicios que aún presenta España (...) Las mujeres marroquíes son las que más hijos aportaron entre las extranjeras".

EL País, viernes 4 de julio

MADRID

Colas de cuatro horas para que los extranjeros gestionen sus documentos

La huelga de celo policial alarga el trámite en la comisaría de Carabanchel

(Sobre una de las mujeres aludidas) "...Mabel, boliviana, lleva ocho años en España y no recuerda cuántas veces ha venido: 'para mí, con mis hijos, con mi marido, antes no había tantas colas...'"

También las mujeres que viven en sus países de origen son representadas por el valor que les concede su función reproductiva o su relación de madre con los hijos/as.

EPS, domingo 7 de septiembre

Una familia, un dólar

La especulación del hambre en Etiopía



Pie de Foto: VIVIENDA

TVE 1, viernes 4 de julio

Una mujer india da a luz a los 70 años

(Esta mujer, anónima, nos es mostrada y calificada como la 'madre más vieja del mundo' que 'ya tenía dos hijas' pero 'quería un hijo varón')

Una vez más, matizamos que el hecho de que se valore el valor reproductivo y maternal de las mujeres no tiene por qué ser negativo, pero sí puede constituir una visión 'cerrada' y excluyente de otras facetas y aportes de las mujeres, si éstas sólo aparecen con ese rol y para ilustrar las noticias (en una foto, en un comentario, etc.). Además, esta función no es exclusiva de las mujeres, si queremos que la corresponsabilidad sea una realidad hay que empezar a representar a hombres que también realizan estas tareas.

3. Las 'madres de', 'hijas de', 'mujeres de'...

La mujer en relación a un hombre. Esa es otra de las imágenes recurrentes que la prensa transmite de las mujeres en general (y de las del Sur en particular). Lo que se denomina rol vicario (madre, hija, mujer, tía...) determina en muchos casos la aparición de dicha mujer en las noticias. Como encontramos en algunos artículos, el interés informativo en dichos personajes se centra en la relación que tienen con los varones:

ABC, martes 8 de julio
CULTURA Y ESPECTÁCULOS

El último romance de Pablo Neruda.

"... un inédito poemario del premio Nóbel de Literatura dedicado a Alicia Urrutia, su último amor clandestino y sobrina de su esposa (...) Pero la relación entre Neruda y Alicia terminó bruscamente cuando una tarde Matilde Urrutia salió de compras y ya con sospechas regresó antes de la hora prevista..."

En otras ocasiones las mujeres se convierten en noticia porque son una extensión de la persona protagonista (la madre víctima):

El País, jueves 4 de septiembre
INTERNACIONAL

Cinco muertos y 20 detenidos en un rescate en México.

La policía logra liberar a una madre y su hijo en un espectacular operativo

D7 de ABC, domingo 7 de septiembre
ACTUALIDAD

México, un país harto de impunidad

Dos de las protagonistas de este reportaje son las madres de dos víctimas de sendos secuestros y sus testimonios aparecen en referencia a la extorsión que han sufrido o sufren.

Y por último, vemos que hay mujeres que se las menciona de manera anecdótica, por su rol vicario.

El País, martes 8 de julio
DEPORTES

Keniano, blanco y ciclista

Chris Froome, nacido en Nairobi, ha nacido en cinco países y se acercó a la bici 'para explorar'.

"...Su familia es una noria. La madre, que falleció hace un mes, era diplomática en Irak. Los hermanos..."

TVE 1, domingo 29 de junio
Mundialito por la inmigración

Retrato de un portero uruguayo y de otros futbolistas extranjeros, en el que salen imágenes de las esposas de éstos animando el partido. Ellos son los protagonistas; ellas animan a sus maridos.

4. Las 'mujeres políticas', entre la ambición y los sentimientos.

Cada vez hay más mujeres en puestos políticos de responsabilidad, lo que se traduce en el aumento de la cobertura de sus actuaciones y declaraciones. De la misma forma que el número de ministras y políticas españolas ha aumentado en los medios de comunicación, la prensa y los medios audiovisuales también se hacen eco de las decisiones y de la trayectoria de mujeres políticas de países no Occidentales: simplemente por el hecho de que cada vez están más presentes. La difunta primera ministra paquistaní, Benazir Bhutto, o las presidentas Cristina Kirschner y Michelle Bachelet, son nombres de mujeres que han entrado en la política de partidos, en la 'política en mayúsculas'. Es lógico que si se informa de lo que sucede en esas regiones, ellas salgan de alguna manera aludidas. Algo diferente sería de qué manera se informa sobre ellas.

A este respecto podemos analizar cómo ha sido retratada en los medios españoles la ex candidata a la presidencia de Colombia, Ingrid Betancourt, secuestrada por las FARC durante más de seis años. Su liberación por parte del Ejército colombiano ha acarreado un verdadero alubión informativo, concentrado en la primera semana de julio. El perfil que se ha trazado de la franco-colombiana y la manera de retratarla tiene relación con la forma en la que a veces se ha informado de otras mujeres políticas (Hillary Clinton y Carme Chacón por citar ejemplos recientes) y tiene ciertas diferencias con la manera de la que se habla de varones políticos.

A través de todas las informaciones que hemos encontrado de Ingrid Betancourt se ha dibujado a un personaje que combina la ambición y el talante político con la espiritualidad, afectividad y maternidad que raramente se comenta de los varones. Alusiones a su '*talante político y de líder*', a su '*dimensión espiritual*' se han ido combinando con alusiones a su sufrimiento, aguante y a algún momento '*emotivo aunque doloroso*' (El País, viernes 4 de julio). El retrato es el de la '*Mandela colombiana*', piadosa a la vez que hábil y con '*ambición política*' (El País, domingo 6 de julio) y el de la madre devota, '*madre orgullosa*', que vive por sus hijos pero que a la vez es capaz de redactar un programa político estando en cautiverio. Un retrato que también se fija en su físico, en sus atuendos cuando aparece '*maquillada, con una larga trenza, un anillo de oro indígena colombiano, las manos cuidadas*' (ABC, 4 de julio), algo que no suele ser habitual cuando se habla de políticos varones. En resumen, una política que ante todo es mujer (madre, espiritual, sensible y soñadora) pero que también es y fue '*una niña terrible*', contestataria, rebelde, a la vez que calculadora, habilidosa y acostumbrada a '*jugar de primera (...) de segunda nunca juega*' (EL País, domingo 6 de julio).

* * *

A partir de estos roles se van configurando otros estereotipos, entre los que destacamos:

a) La mujer pobre.

Además de tener un rol de víctima, madre, esposa y a veces política, la mujer del Sur en los medios suele ser la de una persona pobre o paupérrima. Y esta condición se documenta en numerosos ejemplos de fotos, alusiones, titulares, etc. que nos hemos encontrado. Volvemos a preguntarnos: ¿denuncia de otras realidades o refuerzo de una visión paternalista de dichas mujeres? Puede que la respuesta vaya un poco en las dos direcciones, aunque también hay diferencias entre noticias y noticias. Si bien es verdad que cada día aumenta el número de población (sobre todo en los países no Occidentales) que vive por debajo del umbral de la pobreza (donde las mujeres representan el 70 por ciento de toda esa población), la utilización de esta condición por los medios puede variar y mostrarnos a personas abandonadas a su suerte o a otras que a pesar de todo tienen una vida y se organizan, toman decisiones, y denuncian los desencadenantes de su situación. Porque la 'pobreza' no es un fenómeno que surja de la nada; el empobrecimiento de las personas de muchas regiones está ligada al enriquecimiento de otras, y en dichos procesos tienen gran parte de responsabilidad instituciones y políticas económicas y sociales determinadas, en las que las regiones del Norte tienen mucho que ver ¿Es este el discurso de los medios? Sólo a veces. La mayoría de las ocasiones, la pobreza se muestra tal cual, con sus consecuencias, pero de manera descontextualizada.

En el suplemento D7, Los domingos de ABC, del domingo 6 de julio encontramos un reportaje titulado "**Caracas. Noches de miedo, deseo y mentiras**", en el que el periodista hace un recorrido por las noches de la capital venezolana, enfatizando en el dualismo económico imperante en las 'dos Caracas' (una absorbida por el frenesí consumista y de lujo y otra hundida en la pobreza), y haciendo, en todo caso, mucho hincapié en el peligro, el miedo y la miseria. La descripción de las calles de la capital, así como de los barrios (los suburbios o 'favelas' caraqueñas) está llena de imágenes que nos hablan de 'miseria', 'basura', 'ausencia de alumbrado público', 'peligro' y '**mujeres esmirriadas y desdentadas**'. Imágenes descontextualizadas (¿han cambiado estos barrios en los últimos tiempos?; ¿de dónde viene tanta miseria?) y parciales. ¿Por qué el periodista no habla de la organización vecinal que se está llevando a cabo en esos barrios y que está teniendo consecuencias directas en la lucha contra esa miseria y delincuencia? ¿Por qué no habla de muchas mujeres que, aunque alguna pueda estar 'esmirriada y desdentada' también están teniendo una participación política importantísima en los consejos de barrios? Esta alusión al físico de las mujeres dentro de la descripción del paisaje urbano es una forma de cosificarlas, al convertirlas en un objeto más del mobiliario esperpéntico. Y es un recurso que suele repetirse cuando se habla de mujeres, no así de hombres. Por último, la pobreza así descrita parece un mal endémico e intrínseco a los y las venezolanos/as, propio del discurso etnocéntrico que recrea la miseria y traza una línea divisoria en el Sur, lo Otro, y el Norte.

Un poco diferente es el reportaje del suplemento *XL de ABC* del domingo 7 de septiembre, titulado "**Hogar, ¿dulce hogar?**" en el que se hace un fotorreportaje y una pequeña descripción de las infraviviendas de seis familias

de Caracas, Yakarta, Bombay y Nairobi. El reportaje muestra a hombres y mujeres protagonistas que viven en la extrema pobreza en todos los ejemplos, enfatizando la desidia, desesperanza, la violencia y la falta de afectos en unos casos; pero también valorando las redes familiares y refuerzo de las relaciones personales en otros. Un pequeño cambio con respecto a otros artículos y crónicas.

Sea de manera contextualizada o no, a partir de un discurso paternalista o de denuncia, las alusiones a la pobreza de las personas (y sobre todo de las mujeres) del Sur son constantes. Esta es sólo una muestra:

Mundo.es, viernes 4 de julio
SOLIDARIDAD
España acotará su ayuda al desarrollo debido a la crisis económica



Pie de Foto: "Una mujer recoge basura en un vertedero de Bali". (EFE)

Mundo.es, martes 2 de septiembre
SOLIDARIDAD
Etiopía sufre la mayor crisis alimentaria del mundo



Pie de Foto: Una niña desnutrida llora en brazos de su madre en Etiopía. (Anthony Mitchell)

El País, domingo 7 de septiembre
INTERNACIONAL
Afganistán se hunde en el caos



Pie de Foto: "Una anciana pide limosna en un barrio de Kabul". (Associated Press)

b) La mujer exótica y bella

"Hay un estereotipo muy fuerte de la mujer latinoamericana: sexi, morena, 'étnica', exótica (...) Desde el Sur las latinoamericanas no nos vemos como tales [como mujeres del Sur], ni como indígenas, ni muchas como sex símbolos, aunque habrá alguna que sí". Estas palabras de Verónica Villalba, periodista paraguaya, respecto a las latinoamericanas, pueden hacerse extensibles a la imagen que los medios de comunicación (sobre todo la publicidad pero también el discurso informativo) en numerosas ocasiones transmiten de las mujeres del Sur. Los reportajes en profundidad son los canales donde más aparecen estas imágenes, por ser los que más flexibilidad de redacción permiten a los y las profesionales.

La manera de resaltar los atributos físicos de las mujeres entrevistadas, mencionadas u objeto de la noticia es un recurso que se utiliza sistemáticamente también con las mujeres del Norte (nunca o casi nunca se menciona el aspecto físico de políticos, o actores varones, mientras es la norma cuando se trata de mujeres).

Vemos algunos ejemplos cuando, en un (muy interesante) reportaje y testimonio de Soukania Oufkir, hija del general marroquí Oufkir, quien pasó con toda su familia veinte años en la cárcel por orden del difunto Hassan II, se dice de ella que "Souza tiene hoy, a sus 45 años, un aspecto sorprendentemente joven y atractivo" (*El País Domingo*, domingo 6 de julio, "Necesito matarte, majestad"). La (también muy interesante) entrevista a Fatema Mernissi (*EPS*, domingo 6 de julio) retrata a la escritora y socióloga marroquí en muchas facetas, siendo una entrevista muy positiva por ofrecer un referente femenino marroquí alejado de los estereotipos tradicionales y ofreciendo una imagen de una mujer culta, abierta de mente, interesada en las nuevas tecnologías, que además aporta una visión diferente del 'islam' como religión solidaria y respetuosa. Sin embargo, en un momento de la entrevista, la periodista no se olvida de que Mernissi "sigue siendo mujer poderosa, rotunda coqueta: aparece vestida con uno de los chalecos que ella misma confecciona, un gorro rojo sobre su media melena, joyas de plata en cuello y manos. Es, además, charlatana...". A la suerte de 'cosificación' u objetualización que sufren mujeres tanto del Norte como del Sur, se suma una 'exotización' por lo 'desconocido' (o las desconocidas) cuando se trata de mujeres africanas, latinoamericanas o asiáticas. Un claro ejemplo lo encontramos en un reportaje de viajes sobre Papeete, capital de Tahití, en el que se mezcla lo sensual, bello y bucólico de hombres y, sobre todo, mujeres a los que sólo se les retrata por cualidades sexuales-sensuales y nunca por sus opiniones, declaraciones o raciocinio.

D7, los domingos de ABC, domingo 6 de julio

VIAJES

Papeete, una sensual anfitriona.

"...Hombres y mujeres adornados con flores se mueven al ritmo de las olas (...) ellas seducen (...) a veces se balancean suavemente (...) ellos se acercan poco a poco (...) de la más sensual de las danzas".

"... No hay niña, joven o mujer que salga a la calle sin un hibisco en el cabello, una corona de tiare sobre la cabeza o un sombrero de paja adornado de flores. No importa que al anochecer se queden marchitas. El perfume y el color que les ha acompañado durante la jornada es suficiente para los bellos rostros ovalados de los tahitianos".

Todas estos roles y estereotipos suelen acompañarse además, de otros como los de la mujer sumisa y víctima de sus tradiciones (el velo musulmán es tema que está muy presente en los medios) o la mujer sufridora que aguanta toda clase de situaciones. Si se tiene en cuenta que la aparición en los medios de mujeres africanas, latinas y asiáticas es muy puntual (sobre todo en la prensa y medios diarios, no tanto en reportajes), las imágenes que aparecen pueden resultar repetitivas y cerradas.

v) Reconocimiento

Una de las variables que emplea el informe de RTVE para analizar cómo son visibilizadas las mujeres es el 'reconocimiento'. Esta clave nos permite ver si la escasa presencia de las mujeres del Sur es valorada o no y de qué forma.

- Mayoritariamente no se presencia ninguna valoración de las mujeres del Sur porque su presencia suele ser anecdótica, o son mencionadas de forma aséptica o se incluye su testimonio sin ninguna valoración explícita. En este caso hablamos de un **reconocimiento neutro**.
- En los ejemplos donde sí se aprecia un reconocimiento, hemos tratado de diferenciar **qué es lo que se está valorando**: no es lo mismo que se valoren cualidades físicas a que se valoren acciones o aportaciones sociales y/o profesionales.

El País Domingo, 6 de julio 'Necesito matarte, majestad'

"Souza tiene hoy, a sus 45 años, un aspecto sorprendentemente joven y atractivo"

El País, 29 de junio OPINIÓN

"Contar cuentos"

"Gracias a su inventiva prodigiosa y a sus sutiles artes de contadora de cuentos, Sherezada salva su cabeza de la cimitarra del verduco"

Souza y Sherezada, protagonistas de las dos noticias anteriores, son árabes y en cierta forma tiene una experiencia de encierro común. La primera es la hija de un marroquí que estuvo 20 años encerrada en la cárcel por orden del difunto rey Hassan II. La segunda es la protagonista de *Las Mil y una Noche*, que gracias a sus habilidades narradoras se las arregló durante mil y una noches para "tener a su esposo y señor, el rey Sahrigar, fascinado por sus historias", aplazando el día de su ejecución. De carne y hueso o de ficción, ambas mujeres crean referentes, una lo hará por su físico y otra por su talento.

- El análisis del reconocimiento de las mujeres del Sur no puede separarse del que hemos realizado sobre sus roles, porque las cualidades que se les valora coinciden con los roles que desempeñan, lo que no quiere decir que todos los roles que hemos visto anteriormente se valoren positivamente. Veíamos que la representación mayoritaria de las mujeres es la de víctimas y con un rol pasivo, asistido. Por tanto, no es casual que una de las cualidades que más se valoran en las mujeres del Sur sea su **sufrimiento y dolor**. Hecho que a su vez se relaciona con que primen los discursos paternalistas y catastrofistas sobre otros discursos.

**El País, 26 de junio
INTERNACIONAL**

Los países del sur africano piden a Zimbabwe que retrase las elecciones.

La Casa Blanca asegura que ignorará el resultado del plebiscito de Mugabe



Pie de Foto: "Funeral de la esposa de un opositor". (AFP)

TV1, 26 de junio: Elecciones en Zimbabwe

Las mismas imágenes de la izquierda en movimiento

**El País, domingo 7 de septiembre
INTERNACIONAL**

Afganistán se hunde en el caos



Pie de Foto: "Una mujer afgana y su hija lloran la muerte de un familiar" (AP)

En relación con un discurso paternalista y etnocéntrico que multiplica el papel de víctima y sufridora de las mujeres del Sur, Verónica Villalba apunta: *"se tiene la idea de que las latinoamericanas somos sumisas y los hombres más machistas que en las culturas occidentales como España, sin tener en cuenta que existen machismos diferentes, y que muchas veces al mirar una cultura no se mira la propia. La cultura latinoamericana es concebida como machista, como la árabe"*.

vi) ¿Reconocimiento o fiscalización?

Coincidiendo con el análisis de los roles a las mujeres se las ha reconocido históricamente por ser bellas y jóvenes, por ser buenas esposas, madres e hijas, así como buenas amantes, por ser tiernas y dulces...; todas, cualidades que tradicionalmente se han asignado al género femenino y que persisten en los relatos mediáticos de hoy. Son cualidades que han terminado constituyendo una norma y por esa razón creemos oportuno cuestionar la fiscalización que se esconde detrás del reconocimiento.

El cuerpo. La fijación en los atributos físicos de las mujeres, como ocurre con Souza, es una constante en la representación de todas las mujeres, que suelen aparecer en los relatos informativos para estimular la mirada masculina.

Unas veces aparecen exclusivamente por esta función y, otras, aunque se valoren otras cualidades, llegado un punto, el relato se fija en su cuerpo, su vestimenta, su edad.

Cabría pensar si se trata de un reconocimiento o de una fiscalización que se aplica al sexo femenino, para ver si las mujeres cumplen o no la norma. Como señala la filósofa Beatriz Preciado: *"dentro de este sistema de reconocimiento, la divergencia corporal frente a la norma (talla y forma de los órganos sexuales,*

vello facial, forma y talla de los senos) es considerada como monstruosidad, violación de las leyes de la naturaleza, o perversión, violación de las leyes morales ²⁰.

En el caso de las mujeres del Sur, a la objetualización fetichista de su cuerpo se suele añadir una exotización. Aunque esta representación de las mujeres del Sur como objetos exóticos es más común en el discurso publicitario, apuntábamos en el apartado de los roles algunos ejemplos encontrados en la muestra.

ABC, 4 de julio. Liberación I. Betancourt

"maquillada, con una larga trenza, un anillo de oro indígena colombiano, las manos cuidadas"

También existe una norma sexual que considera desviadas a las personas que no encajan en el marco heterosexual. Empieza a existir una apertura en la representación de hombres y mujeres con opciones sexuales diversas, pero las personas del Sur no acceden a estas representaciones. No se las visibiliza y por tanto no se las reconoce.

Función social de las mujeres. Otra de las representaciones tradicionales de las mujeres que señalábamos en el apartado de los roles y estereotipos es el de madres, esposas e hijas, donde se suelen valorar sus función reproductiva y la dedicación a los cuidados de la familia. Esta visión tradicional que persiste se acentúa en las mujeres del Sur, e igual que los cánones de belleza, cristaliza como un 'mandato de género' en una norma de lo que la sociedad espera socialmente de las mujeres.

Veíamos que cada vez aparecen más noticias reconociendo el aporte social de las mujeres migrantes en la natalidad española, pero ¿qué pasaría si las mujeres migrantes no quisieran tener hijos? Apuntábamos cómo los relatos sobre la liberación de Ingrid Betancourt la presentan como una heroína que se ha reencontrado con su familia después de tantos años, una heroína hábil y luchadora pero emotiva, maternal y espiritual a la vez.

Esto nos lleva a hablar nuevamente de las mujeres con cargos políticos, cada vez más presentes en el discurso informativo. En ellas se valora lo que hasta ahora ha sido normativo para el género masculino: audacia, competencia, capacidad de decisión, raciocinio...Y también, lo que se ha valorado en el género femenino: comprensión, empatía, cuidados, sentimientos... El equilibrio no es fácil. Si los medios consideran que la combinación es equilibrada, el reconocimiento se hace explícito con apelativos como "La nueva Mandela", para referirse a I. Betancourt. Pero si este frágil equilibrio se rompe, la penalización aguarda para quienes pecan de ambiciosas o implacables, quienes son, en definitiva, 'damas de hierro'.

Función de protesta y denuncia. Nos ha llamado la atención la sucesión de noticias o imágenes sobre **mujeres** que, de alguna forma, **se les valora porque se oponen o protestan contra sus regímenes y gobiernos**

²⁰ Preciado, Beatriz: Testo Yanqui, Editorial Espasa, Madrid, 2008. (P. 62).

(Gobiernos, por otro lado, que no suelen ser 'muy estimados' por la línea editorial del medio donde aparece la noticia). Es el caso de madres cubanas de disidentes, homenajeadas en un libro con el que arranca una noticia (*ABC*, 26 de junio); mujeres bolivianas opositoras al gobierno de Evo Morales y que aparecen en una fotografía que ilustra una noticia que ni siquiera las menciona (*ABC*, 26 de junio); una escritora siria que desafía con su libro erótico ciertas interpretaciones del Corán (*El País*, 29 de junio); una entrevista a Gloria Estefan donde se reconoce que es 'muy cubana' y 'muy anticastrista' (*XL semanal ABC*, domingo 7 de septiembre), o el testimonio televisivo de una 'fan' venezolana de Alejandro Sanz que acudió al festival de Rock in Río en España para ver a su ídolo, Alejandro Sanz, a quien no dejaron entrar en Venezuela por razones políticas (*TVE1*, 6 de julio).

Reconocimiento positivo de las mujeres. Finalmente, tenemos que reconocer que sí existen algunos ejemplos de valorización positiva de las mujeres en la muestra. Como se ha esbozado en otros apartados y se apunta a continuación. Estos ejemplos suelen aparecer en artículos que se arriesgan a representar al Sur y a las mujeres de otra forma y donde los discursos periodísticos escapan del horror, el paternalismo, el victimismo o la exotización. Queda un largo camino por visibilizar y valorizar el aporte social de las mujeres en la sostenibilidad del mundo, más allá de su función reproductiva-doméstica.

• Pero **el primer paso comienza con no infravalorarlas**. Pequeños gestos, como reconocer trabajo y su experiencia y no comparar los méritos de las mujeres con el de los hombres, o no vincularlas a ellos, son grandes pasos. También evitar un tratamiento más informal con respecto a los hombres cuando hablamos de las aportaciones de las mujeres. A veces hay buenas intenciones, como en el artículo "*Ruth Cardoso, más que la esposa de un ex-presidente*" (*El País*, 26 de junio). En este artículo se reconoce la labor política y académica de esta mujer brasileña. Pero la constante alusión que tienen estos méritos más allá de estar casada con el ex-presidente brasileño consigue el efecto contrario. Nos preguntamos: ¿por qué se considera necesario en el homenaje a una mujer dejar claro que es por sus propios méritos? ¿Ocurriría esto con un hombre?

vii) ¿Cómo romper con los estereotipos y dar reconocimiento a las mujeres?

Para evitar las repercusiones adversas que pudiera acarrear la repetición sistemáticas de ciertas imágenes o representaciones de las mujeres del Sur (en palabras de Verónica Villalba, éstas pueden "*reforzar estereotipos, desinformar, reforzar la xenofobia y el pensamiento colonialista, negando la riqueza de la diversidad y de las diferencias*"), habría que, siguiendo en palabras de la periodista paraguaya:

"Mostrar las acciones que realizan las mujeres del Sur para cambiar esas situaciones, a las mujeres políticas, a las pensadoras, a las que luchan en la calle, a las diferentes líderes que existen en el Sur en su diversidad, con sus pensamientos diferentes y sus imágenes y roles diversos". Y dar voz a las que no son representadas: *"lesbianas, travestis, artistas, escritoras, mujeres populares, campesinas (...) desde enfoques diferentes, es decir, una lesbiana no sólo como lesbiana sino en su trabajo, su familia, etc., lo mismo una*

campesina, no desde el rol de víctima, del sufrimiento sino en todas sus dimensiones”.

A veces es tan simple como dar voz a las protagonistas; otras, se puede abrir el abanico de representaciones así como rescatar temáticas en las que las mujeres –en condición de víctimas o no- tienen otras dimensiones y se movilizan.

Por ejemplo, la prensa se podría hacer eco del importante movimiento social y político de mujeres lideresas que está surgiendo en África. En Liberia, Ellen Johnson-Sirleaf a sus 67 años se convirtió en 2002 en la primera mujer presidenta del continente africano; en Ruanda, la representación parlamentaria de mujeres alcanza el 48%, siendo la más alta de todo el mundo.

Hemos comentado cómo ya existen artículos e informaciones que van encaminados a la búsqueda de estas nuevas representaciones. Veamos ahora otros ejemplos que hemos encontrado en nuestro análisis y que pueden servir como muestras positivas de hacia dónde dirigirse.

EPS, domingo 6 de julio.

Generación i. La transición multicultural.
REPORTAJES.

Reportaje propositivo y positivo sobre jóvenes migrantes en España que muestra a chicos y chicas de diferentes procedencias desde una imagen cercana. Los y las protagonistas cuentan en primera persona sus gustos, aficiones, sueños, intereses y preocupaciones. Las imágenes que aparecen se distancian de los estereotipos y prejuicios tradicionales sobre personas migrantes del Sur ('sin papeles', 'ilegales', 'delincuentes'...).

EP3, viernes 4 de julio

Colombia 2.0

Pequeño reportaje sobre el Campus Party en Bogotá y el nacimiento de blogs gestionados desde barriadas marginales y/o campesinas. Ofrece una visión positiva y diferente de zonas muy castigadas que suelen salir estereotipadas (por la violencia y la pobreza) en los medios. Estas imágenes son cambiadas por el lenguaje rápido y tecnológico de los 'bloggers', 'vídeos', etc. La voz de la noticia es la de Catalina Restrepo, una joven habitante de La Loma, participante del Campus Bogotá, quien afirma:

"El 90% de información sobre nuestro barrio tiene que ver con violencia y miseria. Queríamos cambiar eso".

Mundo.es, domingo 7 de septiembre
INTERNACIONAL

El partido en el poder en Angola gana las primeras elecciones celebradas en 16 años.

Artículo sobre las elecciones, en medio de irregularidades. En la fotografía, aparece una mujer en la mesa electoral, lo que supone una imagen diferente a la que estamos acostumbrados sobre mujeres africanas.



Pie de Foto: José Eduardo dos Santos, líder del MPLA y presidente de Angola, vota en Luanda. (EFE)

4) Algunas conclusiones...

¿Aparecen las mujeres del Sur en el discurso informativo?, ¿de qué forma?

Tras aplicar una mirada de género en una muestra significativa de textos informativos, estas son las principales conclusiones respecto a la representación de las mujeres que proceden de regiones del Sur, o no occidentales, (incluyendo a las mujeres migrantes):

Visibilización:

- **Doblemente invisibilizadas:** por ser del Sur y por ser mujeres.

Las noticias sobre regiones y personas del Sur ocupan un porcentaje escaso del discurso informativo. Si en un día de la muestra en prensa escrita encontramos un total de 108 noticias, la media de las noticias que hacen referencia a regiones/personas del Sur es de 11,6 (un 10,7%), siendo sólo 1,5 mujeres del Sur protagonistas de la noticia y 5,1 hombres. Es decir, que las mujeres del Sur como objeto de la noticia representan el 12,9% de todas las noticias del Sur (frente al 43,9% de los varones), y tan sólo el 1,3% de todas las noticias del diario (frente al 4,7% de los protagonistas masculinos). Sólo en los suplementos de la prensa escrita se constata una presencia de mujeres del Sur mayor que la de los hombres.

La ausencia de las mujeres del Sur es casi total porque, además, a través del lenguaje y el uso masivo del 'masculino genérico' se las invisibiliza.

- **No suelen ser protagonistas de las noticias.** Por ejemplo, de la media de 5,37 noticias sobre el Sur de los informativos en televisión, aparecen 3,87 mujeres, de las cuales sólo 0,75 son protagonistas (lo que representa el 19,3% de las noticias de mujeres y el 14% de todas las noticias del Sur). El resto de soportes informativos sigue una tónica similar.

Únicamente en ocasiones muy puntuales, como la liberación de la franco-colombiana Ingrid Betancourt, que fue un fenómeno mediático, la media de las mujeres del Sur asciende. En la prensa diaria, por ejemplo, durante la semana de su rescate la media de mujeres no occidentales protagonistas de las noticias se incrementó de una media de 1 o 2 apariciones, a otra de 3-4 de media en cada rotativo.

- **Más mencionadas que protagonistas.** Las mujeres del Sur aparecen más como mencionadas que como protagonistas de la noticia, exceptuando los suplementos de la prensa escrita, donde la cifra, sin embargo, sigue siendo muy baja (en un día de la muestra hay promedio de 30 noticias totales, de las cuales: 2,5 es el promedio de noticias del Sur y 1,08 el de las mujeres que son objeto de la información).

- **Pocos testimonios.** Las escasas alusiones que hay sobre mujeres del Sur están, además, carentes de testimonios. Esto implica que las mujeres sobre las que se habla no tienen voz propia, sino que se habla sobre ellas. En los informativos de televisión, por ejemplo, sólo el 35,58% de las de por sí pocas mujeres que aparecen expresan sus ideas, conocimientos, sentimientos... En prensa escrita este porcentaje se reduce a un 34,3%.

- **Recurso dramático.** Son frecuentes las noticias (impresas o audiovisuales) que no se centran, ni siquiera mencionan, a las mujeres del Sur, pero que se ilustran con imágenes de mujeres del Sur. Estas imágenes no pretenden añadir información sino captar la atención del público, instrumentalizando la representación de estas mujeres como víctimas, madres, viudas, pobres u objetos exóticos (sus principales estereotipos).

TEMÁTICAS:

- **Co-protagonismo invisibilizado en los guetos informativos del Sur.** Las temáticas que incluyen a las mujeres del Sur coinciden en gran parte con los grandes bloques en los que se encasillan de las regiones del Sur (los denominamos 'guetos informativos'): guerras, conflictos interétnicos, desastres humanitarios y naturales, ayuda humanitaria y solidaridad y, cada vez más, temas relacionados con la inmigración. En estos temas las mujeres suelen aparecer como coprotagonistas junto a los hombres, pero sólo en algunas ocasiones se las nombra específicamente: cuando se emplea el femenino o porque aparecen en alguna imagen. Podemos hablar, por tanto, de co-protagonismo invisibilizado.

- **Mujeres y hombres del Sur son homogeneizados y estereotipados bajo un discurso mayoritariamente paternalista, espectacular y etnocéntrico** que los representa como víctimas de males endémicos de las regiones del Sur. En estos discursos, la aparición de mujeres (madres con hijos/as mayoritariamente y/o viudas) junto a niños y niñas se utiliza como recurso dramático que añade un plus de emotividad al relato, aunque este no verse sobre ellas.

- **Temas específicos sin continuidad.** Por el hecho de ser mujeres, las mujeres del Sur aparecen en temáticas concretas: **derechos sexuales y reproductivos, explotación sexual y prostitución.** Pero no hay un seguimiento de estos temas, suelen aparecer en días puntuales, días 'D', como el Día Internacional contra la Ablación, que atraen la atención mediática. Otras temáticas como la participación política de las mujeres en redes informales o su aportación social del trabajo de cuidados a la sostenibilidad del planeta son excluidos de la agenda informativa.

- **Las conferencias y encuentros de Mujeres no son objeto de interés informativo.** En estos días 'D' no entran las conferencias de mujeres y cuestiones de género, como se ha observado con la paupérrima cobertura mediática que ha recibido el Congreso Mundos de Mujeres (julio 2008). Aunque otras conferencias de mujeres, como la V Conferencia Mundial de las Mujeres de la ONU (1995), han sido mundialmente reconocidas gracias a los medios de comunicación oficiales y alternativos. Además de la responsabilidad de los medios, hay que reflexionar sobre la importancia que se otorga a la comunicación por parte de las organizaciones de estos eventos.

- **Cada vez más visibles en temas sobre inmigración.** Se observa un aumento de la presencia de las mujeres del Sur en los temas sobre inmigración, en cuestiones donde antes sólo aparecían hombres como **cruce de fronteras y trámites para adquirir la nacionalidad.** También se observa su presencia en

noticias que reconocen su función social reproductiva, la **natalidad**, en países de acogida como España. Pero la principal ocupación donde se sigue representando a las mujeres migrantes es en la **prostitución**, donde se las presenta como víctimas de tramas o se les representa peyorativamente si la prostitución no es forzada.

- **La polémica entorno al uso del velo.** Se observa un interés mediático por la polémica en torno al uso del velo, tanto por parte de las mujeres migrantes del colectivo musulmán como en los países islámicos. Varias noticias de la muestra han tematizado explícitamente esta polémica y otras lo han incluido de forma indirecta a través de fotografías o imágenes en movimiento.

ROLES Y ESTEREOTIPOS:

- **Víctimas asistidas, madres y viudas.** Las mujeres del Sur aparecen mayoritariamente como víctimas de situaciones violentas (guerras y conflictos, narcotráfico y terrorismo, regímenes machistas y crisis humanitarias y naturales), donde han perdido a los hijos o no pueden alimentarlos, y/o que se han quedado viudas. Esto es importante en cuanto que denuncia su desventaja en estas situaciones. Pero no hay que olvidar que en su mayoría son retratadas con roles pasivos, sin voz propia, y esto las encasilla en situaciones inmovilistas de las que no pueden salir, cerrando el abanico de representaciones a otros referentes más propositivos de mujeres que luchan por salir de su situación y tejen estrategias de supervivencia.

Además, el uso de fotografías o imágenes en movimiento con mujeres ocupando roles de víctimas pasivas para ilustrar una noticia sobre regiones del Sur (donde muchas veces ni se las menciona), no parece tanto un recurso para denunciar una situación como un recurso dramático que las convierte en espectáculo atractivo para el público del Norte.

- **Pobres.** En relación con este rol de víctima y la instrumentalización de las mujeres del Sur como recurso dramático, uno de los estereotipos más comunes es de la mujer pobre, además de madres con hijos/as en y/o o viudas.

- **Rol vicario.** La vinculación a un hombre (del que son madres, esposas, amantes o hijas) determina en numerosas ocasiones la presencia de las mujeres del Sur, como ocurre con las mujeres en general, en las noticias.

- **Mujeres políticas, entre la ambición y el sentimentalismo.** El incremento de mujeres que ostentan cargos políticos en países del Sur ha significado una mayor presencia de mujeres del Sur en las noticias. En la muestra analizada ninguna política aparecía con el protagonismo de los hombres, sino que se las retrataba como mencionadas y fuentes de información experta. Al igual que ocurre con las mujeres del Norte, las mujeres políticas del Sur son representadas en una frágil combinación de los roles asignados tradicionalmente al género masculino (como la acción, la competencia, o el raciocinio) y los que se han venido asignando históricamente al género femenino (como la empatía, la cooperación o la sensibilidad).

- **Objetos exóticos, además de bellos.** Resaltar los atributos físicos de las mujeres entrevistadas, mencionadas u objeto de la noticia es un recurso que se

utiliza sistemáticamente también con las mujeres del Norte (nunca o casi nunca se menciona el aspecto físico de políticos o escritores varones, mientras es la norma cuando se trata de mujeres). Cuando estas mujeres son del Sur, las descripciones toman además un tinte más 'exótico' por lo 'desconocido'. Esta exotización es habitual en fotografías e imágenes que tratan de 'adornar' alguna noticia sobre regiones del Sur o en reportajes más extensos, propios de suplementos.

RECONOCIMIENTO

Además del reconocimiento a las cualidades corporales se aprecian otros reconocimientos muy ligados a los roles con los que aparecen:

- **Sufrimiento.** En relación con los roles y estereotipos apuntados, las principales valoraciones que reciben las mujeres del Sur es a su sufrimiento y capacidad de aguantar las situaciones adversas. Estas imágenes refuerzan una visión inmovilista y tradicional de las mujeres que 'aguantan todo'.

- **Función reproductiva.** Esta función se comienza a valorar en las mujeres migrantes y en los países de acogida envejecidos como España. Es una forma de valorar su aportación social, aunque sólo sea como madres, pero adjudican el cuidado de los niños/as a las mujeres, como si fuese responsabilidad exclusiva de ellas. La valoración de su función reproductiva se circunscribe al ámbito doméstico, no se valora la importancia para la sostenibilidad del mundo del trabajo reproductivo fuera y dentro de casa que realizan las **mujeres del Sur**.

- **Mujeres opositoras.** En la muestra analizada es significativo el número de noticias o imágenes sobre mujeres a las que, de alguna forma, se les valora porque se oponen o protestan contra sus regímenes y gobiernos. Su aparición como opositoras es una forma sutil de criticar a sus gobiernos respectivos por autoritarios o fundamentalistas. Y en definitiva, las mujeres del Sur vuelven a ser instrumentalizadas para otros fines periodísticos.

NUEVOS REFERENTES

Loles Díaz, periodista de RNE, apuntaba de forma propositiva que hay que huir del victimismo: "*no debemos quedarnos en dónde estamos sino trabajar para definir hacia dónde queremos*". En reconocimiento de este espíritu que albergan muchas personas periodistas queremos reconocer en este material la presencia de noticias, dentro de las muestra hemos analizado, que se arriesgan a representar el Sur, a las mujeres y a los hombres de otra forma, lejos de una mirada etnocéntrica y los estereotipos tradicionales de género. Son noticias donde los discursos periodísticos, sin abandonar la denuncia, huyen del horror, el paternalismo, el victimismo desmovilizador o la exotización de las mujeres.

5) ¿Qué puedes hacer desde la práctica periodística?

Guía de Recomendaciones

La ausencia en el discurso informativo de las mujeres del Sur, entendiendo por éstas a todas aquellas que viven en o emigran de regiones también denominadas periféricas o 'en vías de desarrollo', mujeres africanas, asiáticas, de Oriente Medio y Próximo y latinoamericana, es casi total. Están **doblemente invisibilizadas y estereotipadas**: por ser mujeres sufren una discriminación androcéntrica, y en ocasiones sexista, y por ser del Sur, se les aplica una mirada etnocéntrica.

Como consecuencia de estas miradas que dominan el discurso mediático de los medios occidentales, cuando las mujeres del Sur aparecen en las noticias, son representadas en un repertorio muy limitado de temas y de forma muy estereotipada, lo que puede influir en la **percepción negativa** que la audiencia pueda tener de millones de mujeres africanas, americanas y asiáticas a las que no conoce más que por las informaciones e imágenes recibidas a través de los medios.

Los medios de comunicación, tienen en este sentido, una **responsabilidad social** en la configuración, mantenimiento y difusión masiva de estas imágenes discriminatorias. Y a su vez, los medios son lugares privilegiados desde donde combatir estas discriminaciones: generando nuevos referentes identitarios más equilibrados, variados y propositivos sobre mujeres del Sur que actúan, se organizan y movilizan en su día a día, e incluyendo en la agenda informativa temas de género y desarrollo que denuncien las injusticias que viven millones de personas en el Sur, a los que no se suele prestar atención y no se da seguimiento.

Las **buenas intenciones son un primer paso pero no son suficientes** para incluir una perspectiva de género y desarrollo alejada de visiones estereotipadas. Por esa razón, desde la campaña '*Muévete por la Igualdad. Es de justicia*', se ha querido abrir una línea de trabajo directa con los y las profesionales de la comunicación con el objetivo de conocer sus barreras diarias y acercarles herramientas útiles en su trabajo.

Para dar un pequeño paso en este sentido, ofrecemos en esta guía una serie de recomendaciones sobre medidas que se pueden llevar a cabo en el interior de los medios de información. Medidas que el lector o lectora verá que pueden darse a todos los niveles: a nivel individual del o la periodista, a nivel organizacional, a nivel del equipo de documentación, etc. Se trata de pequeñas medidas que pueden dar lugar a grandes cambios.

Aunque cambiar las dinámicas informativas con respecto a grandes temáticas es un asunto que exige la implicación de todo el medio en general, el/la periodista puede, con su trabajo diario, promover pequeños cambios que marquen una gran diferencia en resultado final de las informaciones.

a) Equipo de redacción

Ampliar la representación de las mujeres del Sur en las temáticas

Los temas donde aparecen las mujeres no occidentales suelen redundar en los relacionados con guerras, conflictos interétnicos, desastres naturales, desastres humanitarios, ayuda humanitaria y solidaridad. Seguido de este primer bloque encontramos las informaciones referidas a los derechos sexuales y reproductivos, la explotación sexual y la prostitución y, en menor medida, política y cultura. Son temas en los que –sobre todo en el primer y segundo bloque- **las mujeres suelen retratarse como víctimas pasivas, sin voz propia**, de todos estos fenómenos.

Al redactar y planificar un texto escrito o audiovisual, podemos evitar encasillar a las mujeres del Sur en estos temas (donde predomina el horror, el dolor y el sufrimiento, además de un discurso catastrofista que muestra estos temas como algo endémico y/o intrínseco a dichas regiones y donde no hay escapatoria, especialmente para las mujeres). Podemos cambiar el discurso y ampliar el campo de representaciones de estas mujeres como personas que tienen una gran diversidad y que se encuentran en muchos más espacios sociales de los que generalmente se transmiten. Algunos temas que se pueden tratar y que los medios no recogen:

- **Participación política.** Cada vez hay más mujeres en puestos políticos de responsabilidad, lo que repercute en el discurso informativo. Sin embargo, ¿qué ocurre con la participación de miles de mujeres que hacen política a otro nivel? Las mujeres del Sur ocupan espacios muy importantes en política no partidista: la participación política de consejos de barrio, organizaciones, grupos, asociaciones, redes, etc., que funcionan y trabajan día a día consiguiendo grandes avances en la vida de miles de personas. Es otra forma de hacer política más local y con rostro más femenino que la prensa puede recoger.
- **Economía de los cuidados.** A parte de la macroeconomía y de la economía financiera (donde las mujeres, y sobre todo las del Sur, están prácticamente ausentes) existe una economía de los cuidados, cotidiana, que es el motor de la subsistencia de millones de personas (del Norte y del Sur) y que tiene también rostro femenino. Esta economía tiene mucho que ver con todas las labores de los cuidados domésticos (realizados mayoritariamente por mujeres) que no son incluidos dentro de la economía formal y que son el sustento de la vida.
- **Deportes, cultura, sociedad.** Las mujeres del Sur, tanto en sus países de origen como en calidad de inmigrantes, realizan más actividades de las que se relatan en los medios. ¿Por qué sólo se habla de futbolistas masculinos? Existen otros muchos deportes en los que las mujeres participan (incluyendo el fútbol). Y lo mismo ocurre con toda la producción cultural y otros ámbitos sociales (ocio, educación, trabajo, festividades, etc.).

- **Paz y sostenibilidad ambiental.** Dentro de los temas que sí suelen aparecer en los medios (guerras y desastres humanitarios y medioambientales) hay subtemas de los que no se hablan y en los que las mujeres tienen una presencia muy significativa: el trabajo por la construcción de la paz, la defensa del medioambiente y la soberanía alimentaria, el desarrollo humano, etc.
- **Convivencia, diversidad cultural y cooperación.** Incrementar la participación, aparición y representación de la diversidad cultural y étnica de las sociedades enfatizando el intercambio y la positiva influencia mutua de las culturas entre países, religiones, ideas y deseos, y evitando de esta forma una presentación dicotómica nosotros-as/ellos-as.

Ampliar la visibilización de las mujeres del Sur como objeto de noticia.

Las mujeres del Sur aparecen poco en los relatos informativos. Y cuando lo hacen, suele ser en calidad de mencionadas (algo que se dice de ellas, alguna referencia a ellas, o su alusión a través de la fotografía o imagen en movimiento).

Dar voz a las mujeres del Sur y visibilizarlas en sus diferentes espacios, implica tomarlas en consideración como objeto de la noticia y apostar por relatos informativos en los que ellas sean las protagonistas (tanto por algo que les sucede, como por algo que hacen, así como por lo que piensan y tienen que decir respecto a los temas de actualidad). En este sentido se pueden dar diferentes pasos, que ya encontramos en algunos suplementos semanales de diarios de prensa general:

- Buscar a **mujeres con nombre propio** en contextos donde suele visibilizarse a los hombres, y convertirlas en centro de la información. Mujeres políticas, escritoras, profesionales, etc., que viven en los escenarios de los que se está informando.
- **Plasmar también lo que hacen, sienten, dicen y lo que les sucede** a mujeres anónimas, ya sea de manera individual o como colectivo, pero sin abusar del testimonio vivencial para rellenar y adornar artículos y reportajes audiovisuales donde ellas no son objeto de noticia.
- **Aprovechar las oportunidades que nos proporcione el calendario** (Días internacionales, cumbres, seminarios, presentación de informes de denuncia por parte de organizaciones e instituciones como la ONU, etc.), donde las mujeres del Sur tienen más presencia, para incluir temáticas nuevas.
- **Dar continuidad a los temas tratados en dichas fechas especiales.** No sirve de mucho hablar, por ejemplo, de la mutilación genital femenina sólo un día al año. Su cobertura tiene que tener cierta continuidad y tiene que estar contextualizada.

- En noticias donde aparezcan **estadísticas** (tasas de paro, enfermedades, desnutrición, envío de remesas, etc.), ofrecerlas **desagregadas por el sexo**, ya que puede visibilizar diferencias reales entre hombres y mujeres.

Búsqueda de fuentes y testimonios femeninos del Sur.

Cuando las piezas informativas incluyen a mujeres del Sur, es poco habitual que sea para referirse a ellas como fuente de información. También es poco habitual que las apariciones de mujeres de estas regiones sean para hacer testimonios o declaraciones en una noticia informativa. Es decir, que su escasa visibilización se refuerza por la ausencia de sus propias opiniones y puntos de vista.

Aunque a veces ésta no es una tarea fácil, puesto que hay factores externos que complican la labor periodística (como la falta de políticas comunicativas de los propios grupos de mujeres) el redactor o redactora puede dar voz a las mujeres del Sur de diversas maneras y en todos los soportes (impreso y audiovisual):

- **Recoger de forma equilibrada los testimonios** (opiniones, ideas, sentires, etc.) de hombres y de mujeres, especialmente en los temas que afecten directamente a las mujeres.
- **Dar importancia a los testimonios vivenciales** (de la experiencia cotidiana) tanto de hombres como de mujeres.
- **Dar importancia a los testimonios de expertas.** Para esto, hay que reforzar los esfuerzos por búsqueda de intelectuales, científicas, médicas, profesoras, educadoras, etc., del Sur. No es que no existan, sino que a veces es más difícil tener acceso a ellas. Hay muchas ONG y organizaciones sociales que trabajan con mujeres, así como personas y centros de investigación realizando trabajos de campo en países del Sur que pueden facilitar contactos femeninos expertos.
- **Incluir como fuentes de información a las agencias de noticias que trabajan con perspectiva de género:** *AMECO Press* (Asociación española de Mujeres profesionales en medios de comunicación); *Nosotras en el Mundo* (programa radiofónico de Radio Vallekas), *Mujeres en Red* (periódico on-line feminista) Artemisa (portal de noticias con perspectiva de género para hombres y mujeres); *Sin Género de Dudas* (bitácora especializada en género y democracia); *Frempress* (Red de Comunicación Alternativa de la Mujer); *Women's eNews*, *CIMAC* (Agencia de Comunicación e Información de la Mujer con sede en México), etc.
- **Acudir a la fuente directa de información cuando sea posible.** Si bien en algunos casos esta es una tarea difícil (mujeres de un país sin correspondencia, por ejemplo), en otras ocasiones es más sencillo de lo que parece. Con los temas relacionados con la inmigración, por ejemplo, en lugar de hablar de las mujeres migrantes, es conveniente acercarse a ellas y preguntarles directamente qué opinan, qué piensan, qué les sucede, etc.

Es muy recomendable cubrir informativamente seminarios, conferencias y encuentros del Sur, como el *X Congreso Internacional Interdisciplinar de Mujeres* (Madrid, julio de 2008) o el *Foro Mundial de las Migraciones* (Madrid, septiembre de 2008), por señalar los ejemplos mencionados en este informe. No sólo para visibilizar estos encuentros donde hay una gran presencia de personas del Sur sino para establecer contactos con ponentes y organizaciones que en un futuro nos pueden brindar información para darle seguimiento a temas del Sur. En el *X Congreso Internacional Interdisciplinar de Mujeres* estuvieron presentes numerosas organizaciones y mujeres del Sur como: Senia Ahmed, una de las primeras mujeres fundadoras del movimiento de mujeres en el Sahara y que actualmente integra la Secretaría General del Frente Polisario; Judith Botero Escobar, especialista en políticas públicas de salud y género y miembro fundadora de la Red Colombiana de Mujeres por los Derechos Sexuales y Reproductivos (RCMDSR); la escritora y feminista egipcia Nawal el Saadawi, que además es psiquiatra y ha fundado una Asociación de Mujeres Árabes; Zhora Ben Lakhdar-Akrout, catedrática de física en la Universidad de Túnez, experta en contaminación de agua, mar y plantas; la camboyana Somaly Man, Fundadora de AFESIP; Silvia Ametrano, profesora de Mineralogía de la Facultad de Ciencias Naturales e investigadora del Departamento de Mineralogía y Petrología del Museo de Ciencias Naturales en Argentina; la cubana Leticia Artiles, doctora en Medicina y profesora en el Instituto Superior de Ciencias Médicas de la Habana, experta en temas de género y salud; Nirvana González Rosa, Coordinadora General de la Red de Salud de las Mujeres Latinoamericanas y del Caribe (RSMLAC); la iraní Neyereh Tohidi, profesora asociada en Estudios Femeninos de la Universidad del Estado de California...entre otras mujeres. Por su parte, en el *Foro Mundial de las Migraciones* acudieron numerosas organizaciones del Sur y de personas migrantes, muchas representadas por mujeres, como: AMSE (Asociación de Mujeres Saharauias En España); Khadija Riadi, presidenta de la Asociación Marroquí de Derechos Humanos, miembro de la Marcha Mundial de Mujeres de Marruecos; colectivo de prostitutas Hetaira; la filipina Ellen Aclan Sana, Directora ejecutiva del Centro por la Defensa de los Migrantes (CMA) y Presidenta del Comité Ejecutivo del Foro de los Migrantes de Asia; la Asociación de Mujeres Inmigrantes Malen Etxe o Bijaya Kumari Rai Shrestam directora actual del POURAKHI en Nepal.

- **Hacer uso de las nuevas tecnologías y de Internet** a la hora de poner en contacto al Norte y al Sur, con la idea de acercar sus testimonios y potenciar la interactividad. Existen foros, páginas, y redes electrónicas que pueden facilitar el acceso a mujeres del Sur y que muchas veces sirven como plataforma de expresión y comunicación de las propias mujeres.

Huir de roles e imágenes estereotipadas y buscar nuevos referentes.

Las imágenes que los medios de comunicación españoles transmiten de las mujeres del Sur suelen reducirse a una lista cerrada de roles y estereotipos: mujeres 'víctimas', 'madres', 'esposas de', 'pobres', 'exóticas', 'bellas', etc. Poco a poco van apareciendo espacios nuevos de representación (como las 'mujeres

políticas', alguna mujer 'intelectual') pero es un avance lento. Estas representaciones pueden generar una imagen reducida y errónea de quiénes son y cómo viven las mujeres africanas, latinoamericanas y asiáticas. Desde la práctica periodística se pueden llevar a cabo diferentes medidas:

- **Ampliar el campo de representación** de las mujeres, mostrando otras actividades que quedan normalmente ocultas: su trabajo dentro y fuera de casa, sus aportaciones al desarrollo, al conocimiento, a la salud, a la educación, etc., o los movimientos de mujeres en defensa de la paz, de la sostenibilidad del planeta, etc.
- **Tratar con respeto y sin condescendencia** tanto a las mujeres en roles tradicionales (valorando su sabiduría y aportación a la sociedad) así como a las mujeres que no se ajustan a estos roles y se salen de la norma.
- **Visibilizar** (con palabras e imágenes) **a los varones en actitudes y roles tradicionalmente femeninas** como los cuidados, para equilibrar roles y estereotipos y generar nuevos referentes masculinos.
- **Huir de la victimización de las mujeres.** Si bien es cierto que hay que denunciar muchas situaciones injustas, denigrantes y degradantes, puede hacerse sin caer en actitudes paternalistas y/o sensacionalistas:
 - ∇ Dando voz y testimonio a las propias protagonistas (¿qué dicen y hacen en estas situaciones de sufrimiento?).
 - ∇ Aportando perspectivas diferentes de los escenarios donde hay mujeres víctimas (p. ej. las mujeres iraquíes son víctimas, pero son mucho más y tienen muchas aportaciones a su sociedad).
 - ∇ Contextualizando las situaciones de injusticia (la 'pobreza', por ejemplo, tiene causas y responsables; y lo mismo ocurre con las guerras, los feminicidios, etc., que no aparecen de la nada). La responsabilidad de todos los agentes implicados (incluyendo actores -países, instituciones y personas- del Norte) es fundamental para entender estos fenómenos.
 - ∇ Buscando, en temas especialmente dramáticos y/o sobre violencia contra las mujeres, fuentes de expertas, huyendo de declaraciones sensacionalistas y anecdóticas.
 - ∇ Huyendo del morbo y contextualizando siempre los sucesos de violencia, dramatismo, etc.
 - ∇ Abandonando los discursos catastrofistas (que presentan sucesos dramáticos como accidentes, feminicidios, masacres o atentados suicidas de grandes dimensiones como si fueran extra-naturales, algo puntual que sucede en otros lugares donde las personas y países del Norte no tienen responsabilidades, y apelando a un lenguaje del horror con imágenes espectaculares y morbosas); los discursos que naturalizan las situaciones de desigualdad, la violencia y la pobreza (que presentan a las víctimas civiles de las guerras, la muerte de personas migrantes al cruzar las fronteras o la desnutrición por escasez de alimentos y su encarecimiento como

- ∇ males endémicos de los países del Sur donde no hay responsabilidades del Norte); los discursos paternalistas y etnocéntricos (que ofrecen una visión de la solidaridad unilateral y asistencial del Norte hacia el Sur).
 - ∇ Adoptando, en oposición a lo anterior, discursos que valoricen las aportaciones de las personas y regiones del Sur y su capacidad para luchar contra las situaciones de pobreza y violencia, así como discurso de denuncia y responsabilidad (que conecte las causas de los problemas de los países del Sur con sus causas globales y que apunte responsabilidades).
- **Ampliar la representación de mujeres en culturas que están sufriendo una suerte de 'demonización'** (como mujeres musulmanas, grupos étnicos –tribus- africanos o americanos, etc.) y mostrar imágenes más complejas y más contextualizadas de dichas culturas. De nuevo, hay que intentar que sean los propios protagonistas los que expliquen y opinen.
 - **Valorar y reconocer la importancia de las mujeres del Sur por lo que dicen y hacen:**
 - ∇ Evitando las referencias a sus atributos físicos (cómo son y cómo visten), algo que suele hacerse sólo en referencia a las mujeres y les resta autoridad.
 - ∇ Evitando un tratamiento informal con respecto a los varones: si se habla de una mujer, es importante nombrarla con nombre y apellidos y valorar sus méritos propios, que ésta no se valore por se 'esposa de', 'madre de'.

Hacer un uso no sexista ni androcéntrico y etnocéntrico del lenguaje.

El lenguaje sirve para visibilizar la realidad nombrándola y también para lo contrario: dejarla en penumbra. El uso del masculino genérico para referirse a hombres y a mujeres es predominante en todas las noticias analizadas y esto, por lo general, ilumina a un género y deja en la sombra a otro. Si bien el masculino genérico se puede utilizar por un cuestión de 'economía lingüística', en la práctica muchos y muchas periodistas no piensan en las mujeres al redactar las noticias, incurriendo en lo que Mercedes Bengoechea, experta en filosofía del lenguaje, denomina "**androcentrismo gramatical**", que se da cuando usamos el vocablo del género masculino aparentemente en sentido genérico (para referirnos a hombres y a mujeres) pero sólo nos estamos refiriendo a los hombres. Confundiendo así, conceptualmente, al varón con el ser humano, a los hombres migrantes con las personas migrantes, a las víctimas de las guerras y conflictos armados con los varones de esas guerras y conflictos armados.

Evitar el abuso del masculino genérico y buscar nuevas fórmulas gramaticales y expresivas para incluir a las mujeres no implica demorar el ritmo para incluir constantemente expresiones como "los y las migrantes". Ésta expresión es válida, pero se puede intercalar con otras fórmulas que un lenguaje rico y

flexible como el castellano nos permite. Estas son algunas otras recomendaciones para evitar el androcentrismo gramatical:

- **Sustantivo auténticamente genéricos**, como colectivos: personas, personal, equipo, colectivo, público, población, gente...
- **Incluir "personas" delante del adjetivo**: "las personas migrantes" (en lugar de "los migrantes").
- **Sustantivos abstractos**: profesorado, alumnado, estudiantado, vecindario, clientela, magistratura, ciudadanía, electorado, la infancia, la adolescencia, la clase periodística, la profesión médica...
- **Metonimias** (en lugar de denominar a la persona se denomina su cargo, actividad, profesión, lugar, etc.). Por ejemplo: La Redacción (en lugar de los redactores), las candidaturas, la Europa contemporánea...
- **Utilizar formas verbales con 'se' o formas verbales activas en lugar de participios pasados**. Por ejemplo, en lugar de "quienes estén enfermos" se puede escribir: "quienes tengan/sufran/padezcan una enfermedad", "quienes se hayan enfermado", "quienes se enferman"...
- **A veces sólo es necesario un pequeño cambio en la redacción**. Así, en lugar de "*Los habitantes de Babel tienen la oportunidad de hablar todos los idiomas*" podemos usar otras expresiones como: "*En Babel tienen la oportunidad de hablar todos los idiomas*", "*En Babel se puede hablar todos los idiomas*" "*En Babel existe la posibilidad de hablar en todos los idiomas*", "*Todos los idiomas son practicados en Babel*", etc.
- **Sustituir adjetivos sexuados por sinónimos**: Listo/lista por inteligente, emprendedor/a por audaz...
- **Pronombres**: "los que" (se puede intercambiar por "quienes"); "todos" (por "todo el mundo", "la totalidad..."); "cuántos" (por "la cifra", "cuánta gente"...); "los demás" (por "el resto"); uno (por "alguien", "una persona"); "ambos" (por "uno y otra")...

El **sexismo léxico** es muy diferente al androcentrismo gramatical, porque discrimina, minusvalora o denigra a las mujeres. Para evitar un lenguaje sexista hay que evitar la homogeneización, por ejemplo, no utilizando expresiones del tipo "*jubilados, mujeres e inmigrantes juegan un papel fundamental*", pues se está ignorando que hay mujeres inmigrantes y jubiladas.

Se trata de prestar atención a los adjetivos, el tono y las expresiones que utilizamos cuando nos referimos a las mujeres. No hay fórmulas gramaticales o expresivas alternativas a' pues se trata de desarrollar una sensibilidad y una mirada de género. Muchas veces es cuestión de preguntarse si esas expresiones las emplearíamos con los hombres para darnos cuenta de es una expresión sexista.

Al igual que utilizamos expresiones androcéntricas y sexistas para referirnos a las mujeres, muchas veces usamos un lenguaje etnocéntrico y racista para referirnos a las personas del Sur (hombre y mujeres). Algunas recomendaciones para el tratamiento periodístico del Sur:

- **Tratar a cada persona como individuo y no como representante simbólico de un colectivo homogéneo.** Es recomendable evitar expresiones del tipo: "los...son responsables de...".
- **Tener especial cuidado y rigor en la denominación de las personas y los grupos minoritarios,** sobre los que occidente tiene más prejuicios (árabes/islámicos/latinos...). Hay que tener cuidado con expresiones como "ilegales"; "terrorista islámico"; "bandas tribales"...
- **No mencionar la etnia de la persona, la nacionalidad, la religión, la cultura, el país de origen o el nombre si no es imprescindible para la información.** El uso de nombres y apellidos en violencia estigmatizada puede reproducir estereotipos racistas de personas del Sur ligadas a la delincuencia, el crimen, etc.
- **Vigilar la espectacularización de las cifras,** el abuso de los números lleva a connotaciones negativas, en términos de "invasión", "alus", "oleadas", "ordas"...expresiones todas ellas que hay que evitar, especialmente cuando se habla de personas migrantes.
- **Huir de la exclusión de las personas de otros países/culturas/religiones** con el nosotros/ellos, nosotras/ellas al presentar la información.

El lenguaje políticamente correcto no es lo mismo que el lenguaje no sexista y no etnocéntrico. Parafraseando a Mercedes Bengoechea, el primer lenguaje trata de ocultar aquello que puede hacer daño mediante el silencio o el eufemismo. El lenguaje no sexista y no etnocéntrico hace lo contrario: sacar a la luz la presencia femenina [y del Sur], sus logros y experiencias.

b) La importancia de cuidar la fotografía, ilustración e imagen en movimiento

La imagen (estática o en movimiento) es utilizada para complementar la información. Y sin embargo, la imagen es en sí misma información, portadora de una elevada carga de significado. No sólo acompaña al texto, sino que constituye una parte fundamental del relato transmitido. Por tanto, todas las recomendaciones mencionadas para la información en general, deben aplicarse a la imagen, sea ésta una ilustración, infografía, fotografía o imagen en movimiento.

Huir de roles e imágenes estereotipadas y ampliar el campo de representación.

Para no encerrar a las mujeres del Sur dentro de unos estereotipos estáticos y limitados, la imagen –en correspondencia con el texto- debería:

- **Equilibrar las representaciones masculinas y femeninas.** Si se habla de colectivos difusos, por ejemplo, de población en general, debería mostrarse a hombres y mujeres en la misma proporción y en actitudes similares.

- **Plasmar nuevos referentes de mujeres.** Es decir, buscar nuevas representaciones de mujeres en la calle, en las instituciones públicas, en las escuelas, en el campo, etc. Que no aparezcan sólo en actitudes tradicionalmente femeninas (como la maternidad), sin que esto quiera decir que se las invisibilice en estos espacios (ya que son espacios que deben ser revalorizados).
- **Evitar que las mujeres aparezcan en relación a un hombre** (del brazo de su marido, detrás de los hombres en una marcha pública, etc.) y buscar representarla como protagonista también en la imagen.
- Establecer en las imágenes sobre víctimas del Sur los **mismos códigos de respeto** que aplicamos a las víctimas del Norte.

Huir del victimismo, el paternalismo, la dramatización y el espectáculo.

Como ocurría con las noticias en general, las imágenes deben denunciar las situaciones de dolor, injusticia y discriminación que viven las mujeres del Sur, pero sin caer en su victimización. Para ello, sería interesante:

- **Plasmar el sufrimiento, pero sin recrear el morbo, las escenas sensacionalistas o el espectáculo.** Las imágenes de dolor tienen que extremar el respeto que los medios de comunicación deben a todos los sujetos sobre los que se informa.
- **Mostrar a las mujeres víctimas también en actitudes propositivas.** En las evacuaciones de la población por el paso de un huracán, por ejemplo, no mostrar sólo a aquellas que están siendo asistidas, sino también a la que asisten y se organizan en los dispositivos de ayuda, de reparto de alimentos, de toma de decisiones, etc. En un bombardeo a un barrio de Gaza, por poner otro ejemplo, mostrar no sólo a las mujeres gritando, sino opinando sobre asedio y cerco que Israel está imponiendo a la población palestina y sobre lo que demandan como sociedad civil y como mujeres.
- **Buscar declaraciones vivenciales y expertas** (para la imagen en movimiento) de mujeres implicadas en los sucesos narrados.

Coordinarse, en la medida de lo posible, con la redacción.

Los tiempos y rutinas de trabajo impiden, en muchos casos, que la persona encargada de la imagen se coordine con la de la redacción. Esto puede generar la no concordancia entre texto e imagen, lo que a su vez puede reforzar estereotipos e imágenes discriminatorias, aunque no haya sido ésta la intención. Pero si la persona encargada de fotografía, ilustración o cámara trabaja de manera conjunta con el redactor/a puede favorecer:

- **Unificar criterios** de información.
- Garantizar que la **imagen no transmita mensajes contrapuestos** al texto.

- **Complementar posibles déficits del texto, o viceversa.** Por ejemplo, en una información que hable de población en general, sin visibilizar a las mujeres, pueden mencionarse a través de la fotografía.

c) Equipo de documentación

Como parte del equipo informativo y como responsable en el producto final emitido y publicado, el equipo de documentación debería tener material adaptado a esta mirada informativa (mirada no androcéntrica ni etnocéntrica). Una buena **base de datos de información, imágenes, contactos, etc.**, garantiza que el relato informativo esté, cuando menos, sustentado en pilares sólidos y fiables. Si el redactor o redactora puede apoyarse en material gráfico y escrito que en sí mismo garantiza la equidad entre sexos y regiones, ya tiene mucho camino andado. Y para lograrlo, la sección de documentación de cada medio puede desarrollar diferentes estrategias:

Generar material propio con esta perspectiva de género y desarrollo.

La mirada de género y desarrollo debe ser incluida en todos los espacios que abarcan el proceso informativo, lo que incluye también la fase de generación de material de archivo y documentación. La creación propia de bases de datos y de imágenes que impulsen la representación equitativa de hombres y mujeres del Sur es un requisito previo indispensable. Para insertar dicha mirada, el equipo de documentación puede llevar a cabo todas las recomendaciones antes referidas a la redacción y la imagen: ampliación del campo de representación de Mujeres del Sur, búsqueda de mujeres protagonistas, huída de roles y estereotipos tradicionales, huída de la victimización, reconocimiento y valoración de las mujeres del Sur, etc.

Intercambiar material con otros grupos y organizaciones.

Como la generación de una base de datos propia tan especializada puede resultar en ocasiones difícil, es conveniente que la sección de documentación busque dicho material en otros lugares. Existen muchos grupos y organizaciones que ya están trabajando por la inclusión de la perspectiva de género en la comunicación y por la visibilización de las mujeres de regiones del Sur (ver apartado *de fuentes y testimonios femeninos del Sur*) así como numerosos Centros de investigación, Grupos de defensa de derechos humanos, ONGs, Observatorios, etc., que pueden ser consultados para acceder a temáticas nuevas donde las mujeres del Sur son protagonistas o contactar con fuentes de información femeninas especializadas.

En España encontramos diversos centros especializados en regiones del Sur como los Centro de Estudios Africanos, ligado a la Universidad Autónoma o la Universidad de Barcelona que ofrecen un servicio de búsqueda en su web para buscar organizaciones por países; el Centro de Solidaridad con la Causa Árabe; o el Instituto de Estudios Políticos con América Latina, o el Observatorio de la diversidad Mugak, por citar sólo algunos ejemplos sobre distintas regiones y temáticas. También existen otras organizaciones y centros de documentación que realizan informes de denuncia sobre situaciones de países del Sur, como el

Centro de Documentación por la Paz o Amnistía Internacional que pueden ser de gran utilidad para incluir en la agenda mediática problemas que afectan a las mujeres del Sur de los que no se informan habitualmente.

Pero para establecer contactos de personas del Sur es altamente recomendable acudir a encuentros y conferencias, así como festivales de cine, que organizaciones implicadas con el Sur organizan en nuestras ciudades.

Elaborar bases de datos de expertas de diversas profesiones y regiones.

Si se tienen registrados los contactos e imágenes de mujeres expertas en diferentes profesiones y de diferentes regiones, a la hora de tener que buscar una fuente de información femenina, la tarea se vuelve más sencilla. Todo el trabajo que en este sentido vaya avanzando el centro de documentación facilitará luego la labor periodística y garantizará que las mujeres del Sur sean visibilizadas de manera más equitativa.

d) Formación de periodistas y expertos/as con perspectiva de género

En muchas ocasiones, la ausencia de las mujeres del Sur en los medios no es porque periodistas y profesionales de la comunicación tengan una intención explícita en invisibilizarlas. Ni siquiera el tratamiento estereotipado y sesgado de muchas regiones y mujeres responde a una voluntad específica de la persona que informa. Por el contrario, estas situaciones suelen responder a la falta de formación de los y las periodistas en estos temas.

Insertar la mirada de género y desarrollo no es algo intuitivo: es una tarea difícil que exige formación específica y mucho esfuerzo. Porque en la tarea de visibilizar a mujeres de las que normalmente no se habla, y hacerlo de una manera no estereotipada, ni sesgada ni recurrente, se ponen en marcha muchos factores. Supone la superación de muchos prejuicios e imágenes mentales con los que todas las personas nos hemos socializado, pero también supone la ruptura con rutinas periodísticas (en las que prima la 'agenda mediática', la velocidad e inmediatez, la efectividad, etc.) así como la superación de barreras externas al medio informativo (como son la dificultad de encontrar portavoces femeninos, que están de por sí invisibilizadas en sus propias sociedades).

Para solventar este déficit de conocimiento y esta falta de formación, el medio informativo y los propios profesionales de la comunicación pueden impulsar el acercamiento de dichos contenidos. Para ello, podrían desarrollar diferentes estrategias:

- **Formación general para toda la plantilla:** sobre género y comunicación, el sexismo en el lenguaje, el tratamiento de los estereotipos, la información de noticias sobre violencia de género, etc.
- **Seminarios y encuentros con periodistas** de su propio medio, de otros medios nacionales, así como de medios extranjeros.

- **Creación de grupos de expertos y expertas** que realicen seguimientos de temas determinados, a los que los periodistas puedan acudir y recibir asesoramiento.
- **Facilitación al personal**, por parte del medio, de manuales de estilo, herramientas para mejorar la práctica periodística, guías y folletos especializados en género y desarrollo.
- **Intercambio de material** con otras organizaciones y medios especializados en temas del Sur.

e) Política informativa y organizacional

En la base de la pirámide en cuanto a responsabilidad y capacidad de actuación para la buena representación de las mujeres del Sur, se encuentra el medio en sí mismo, su equipo directivo y decisorio, y las políticas que éste ponga en marcha en cuanto a información y organización interna. Dependiendo de la empresa donde el/la periodista trabaje, se va a encontrar con mayores o menores dificultades a la hora de encontrar fuentes de información de mujeres en otras regiones, de obtener imágenes de mujeres en situaciones no estereotipadas, de acceder a procesos de formación, etc.

Resulta muy conveniente, por todo, que el propio medio se implique en la tarea de incorporar la mirada de género y desarrollo, y apueste por un funcionamiento interno que facilite y garantice dicha mirada, en dos esferas y estrategias fundamentales:

Incorporar la perspectiva de género y desarrollo a la política informativa

Las personas responsables y coordinadoras del medio y de las diferentes secciones tienen mucha responsabilidad en la manera en la que se representa a las mujeres del Sur, porque des ellos depende en gran medida el estilo y la manera de informar de sus profesionales. Por tanto, a parte de asumir las recomendaciones ya ofrecidas para el resto de sujetos (redacción, documentación, infografía, fotografía, etc.) desde el equipo directivo y coordinador se pueden llevar a cabo otras medidas:

- Proporcionar un **libro de estilo o código deontológico** para regular contenidos e imágenes sexistas y racistas, y proponer otros contenidos e imágenes más equilibrados.
- **Impulsar grupos de trabajo específicos** en estos temas. La sección de 'solidaridad' de el *mundo.es* es un buen ejemplo: una sección dedicada exclusivamente a dichos temas en los que hay profesionales que se especializan y que pueden ofrecer orientación a aquellos que trabajan en secciones diferentes.
- **Reconocer dentro del medio a los y las trabajadoras que realizan un buen tratamiento** de regiones y mujeres del Sur.
- **Fomentar las actividades de formación** antes mencionadas.
- Abrir **corresponsalías en zonas olvidadas**, como algunas regiones africanas. Esta medida, sin embargo, puede resultar bastante cara, por lo

que se puede sustituir por el establecimiento de alianzas con organizaciones y trabajadores/as locales que pueden colaborar, mandar información, etc.

Trabajar por una organización interna equitativa y no discriminatoria

Por último, y aunque no esté relacionado directamente con el tratamiento informativo sobre las mujeres del Sur, cada medio debería insertar la perspectiva de género en su propia estructura organizacional. Como se apunta en el ya mencionado 'punto J' de la Plataforma de Acción de Beijing, se deben adoptar medidas para favorecer la participación de las mujeres en los medios y su acceso a las nuevas tecnologías de la información (TICS). Dichas medidas deben garantizar que las mujeres accedan a diferentes puestos de trabajo, no sólo de la redacción sino también de la coordinación y la dirección. Es decir, que se debe garantizar que las mujeres puedan acceder también a los puestos de responsabilidad para favorecer la equidad de género en la propia estructura empresarial, que es el primer peldaño donde se va a generar la información.

6) Bibliografía

Manuales sobre género y comunicación:

- Baca Lagos, V.: "El análisis de las representaciones sociales de los géneros y los Estudios de la Mujer en España", *Las mujeres y la publicidad*, Instituto de la Mujer, Madrid, 1995.
- Elizondo, Itziar: *El sexo de la noticia*: "Reflexiones sobre el género en la información y recomendaciones de estilo": www.fundaciondesafios.org/genero/sexonoticia.pdf
- López Díez, Pilar: "Los medios de comunicación y la publicidad como pilares fundamentales para lograr el respeto a los derechos humanos de las mujeres", en *Estudios multidisciplinares de Género*, Centro de Estudios de la Mujer, Universidad de Salamanca, 2005.
- Moreno, Amparo; Rovetto, Florencia y Buitrago, Alfonso: *¿De quién hablan las noticias? Guía para humanizar la información*, Icaria, Madrid, 2007.
- Rodríguez Bello, Carolina, *Las mujeres y los medios de difusión: avances y temas*, WHRnet, octubre de 2003.
- VV.AA.: *Manual de información en género*, Instituto de la Mujer, IORTV, 2004.
- VV.AA.: *El sexo de la noticia, Reflexiones sobre el género en la información y recomendaciones de estilo*, Icaria, Madrid, 2000.

Sobre género y desarrollo:

- Carballo de la Riva, Marta (coord.), *Género y desarrollo. El camino hacia la equidad*, La Catarata, 2006.
- de la Cruz, Carmen, *Guía metodológica para integrar la perspectiva de género en proyectos y programas de desarrollo*, EMAKUNDE, Vitoria-Gasteiz, 1998.
- López, Irene, "Género en la Agenda Internacional del Desarrollo. Un enfoque de Derechos Humanos", en *Revista Académica de Relaciones Internacionales*, núm.2, junio 2005, UAM-AEDRI
- López, Irene, "Género negado, vivido y la política de desarrollo. El concepto de género y sus implicaciones para el desarrollo", en *Working Paper*, Muduan

Portales de Internet sobre género y comunicación:

- AMECO (Asociación Española de Mujeres Profesionales de los Medios de Comunicación): www.nodo50.org/ameco
- AMECOPRESS, Información para la Igualdad: www.amecopress.net

- COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN DE LA MUJER, A.C. (CIMAC): www.cimac.org.mx/
- EL GLOBAL MEDIA MONITORING PROJECT (GMMP): www.whomakesthenews.org
- INTERNATIONAL WOMEN ´S MEDIA FOUNDATION (IWMF): www.iwmf.org
- MUJERES EN RED: www.mujueresenred.net/
- OBSERVATORI DE LES DONES EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ: www.observatoridelesdones.org/
- OBSERVATORIO DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO: www.observatorioviolencia.org
- RED DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA DE LA MUJER (FEMPRESS): www.comminit.com/
- RED RADIOFÓNICA NOSOTRAS EN EL MUNDO: www.rednosotrasenelmundo.org
- REVISTA 'PRIMERA PLANA' DE LA RED DOMINICANA DE PERIODISTAS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO: www.aprimeraaplana.org/
- WORLD ASSOCIATION FOR CHRISTIAN COMMUNICATION (WACC): www.waccglobal.org

Convenios y marco legal sobre género, desarrollo y comunicación

INTERNACIONAL

- CEDAW. Convenio sobre la Eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer
- www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/text/sconvention.htm
- Cuarta conferencia mundial sobre la mujer. Plataforma de Beijing
- www.un.org/womenwatch/confer/beijing/reports/platesp.htm
- INSTRAW. Instituto Internacional de investigación y capacitación de las Naciones Unidas para la promoción de la Mujer
- www.un-instraw.org/es
- ODM. Objetivos de desarrollo del Milenio
- www.un.org/spanish/millenniumgoals

NACIONAL

- Ley Integral Contra la violencia de Género (2004).
- Ley Orgánica de Igualdad (2007)

- IV Plan de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres (2003-2006).
- Decálogo de recomendaciones sobre el tratamiento de la violencia de género de RTVE (2002).
- 'Protocolo de actuación periodística y publicitaria sobre igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y tratamiento informativo de la violencia de género', de la Dirección General de la Mujer del Gobierno de Cantabria (2007)
- 'Protocolo de intervención desde la televisión en materia de igualdad entre mujeres y hombres del Congreso', elaborado por el IORTVE y el Instituto de la mujer en 2007.
- Código autorregulatorio para informar sobre la violencia de género del diario impreso Público (2008).