Cabildo de Gran Canaria · Gran Canaria Solidaria · Consejería de Solidaridad Internacional

Centro UNESCO Gran Canaria · Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura · Federación Española de Centros y Clubes UNESCO (FECU)

## Jornadas
# MUJER Y PERIODISMO

5 IGUALDAD DE GÉNERO

**1** “MUJERES Y PUESTOS DIRECTIVOS, UNA PRESENCIA MARGINAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN”

Ana Pardo de Vera Posada.
*Directora de PÚBLICO.*

**2** “LA MUJER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN CANARIAS”

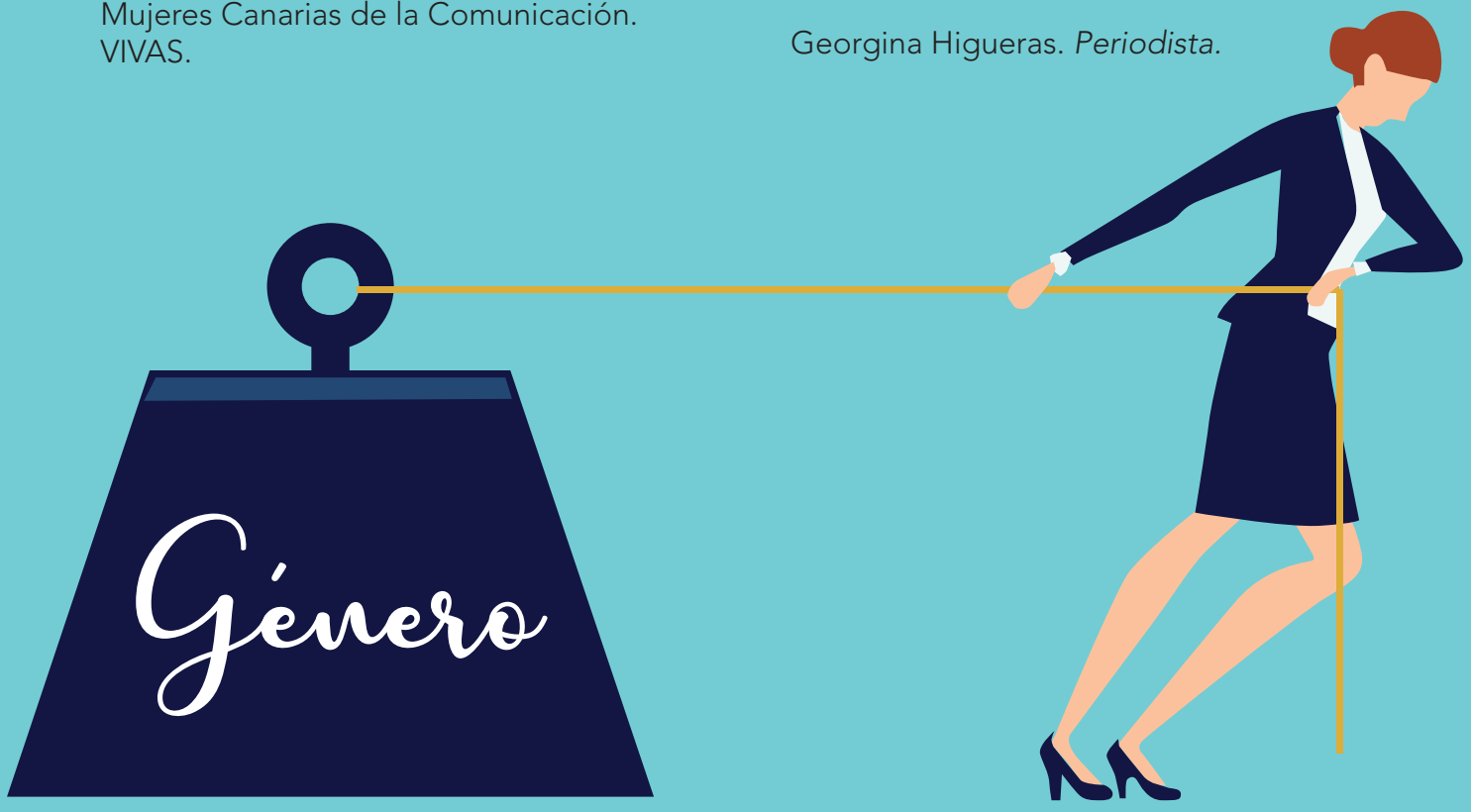
Mujeres Canarias de la Comunicación.
VIVAS.

**3** “LA IMAGEN ESTEREOTIPADA DE LA MUJER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN”

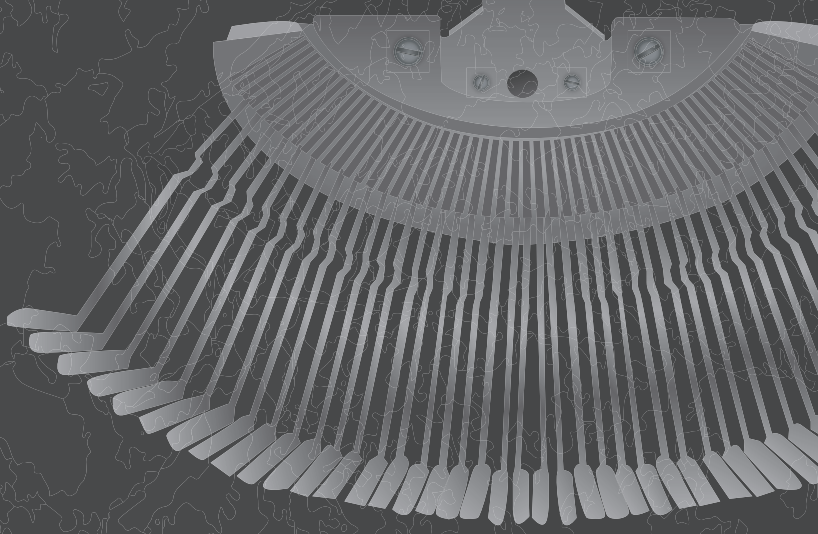
Marina Hernández. *Periodista.*
Herminia Fajardo. *Periodista.*
Cristina Molina Petit. *Doctora en Filosofía.*
Begoña Vera Guanche. *Periodista.*

**4** “MUJERES EN EL MUNDO DE LAS CORRESPONSALÍAS“

Georgina Higueras. *Periodista.*




**Coordinación**
**Cayetano Sánchez**



# jornadas MUJER y PERIODISMO

El objetivo número 5 de los objetivos globales de la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible hace alusión a la Igualdad de Género, con el fin de poner fin a todas las formas de discriminación contra las mujeres y niñas, que no es solo un derecho humano básico, sino que además es crucial para acelerar el desarrollo sostenible.

En base a este Objetivo, y con motivo del Día Mundial de la Libertad de Prensa, el Centro Unesco de Gran Canaria organizó unas Jornadas de Mujer y Periodismo; una de las profesiones donde también se pone de manifiesto el techo de cristal a que se ven sometidas las mujeres.

Hace más de veinte años que ONU Mujeres- en la llamada Plataforma de Acción Beijing- lideró un proyecto de investigación en el que participaron **más de 100 países, reveló que el 46 por ciento** de las noticias, tanto en medios impresos como en la televisión, promueven los estereotipos de género, así como el papel crucial de los medios de comunicación en el cambio de los estereotipos de género que influyen en nuestra forma de pensar y actuar. Al tiempo, instaron a los medios de comunicación de todo el mundo a que intensificaran su apoyo a la promoción de las mujeres.

Desde la Conferencia de Beijing ha habido algunos progresos, pero no los suficientes según se constata en el Informe del Parlamento Europeo del año 2018. Según dicho documento, el 70 % de los graduados en Periodismo y Comunicación de la UE son mujeres,pero ocupan únicamente el 30% de los puestos de dirección de los medios de comunicación.

El porcentaje de historias relatadas por mujeres ha aumentado en la mayoría de las áreas temáticas, y las mujeres se encuentran entre los usuarios más activos de los medios sociales. Sin embargo, con un simple examen rápido de los contenidos de los medios de comunicación se observa que todavía queda mucho por hacer.

Las mujeres tienen el mismo derecho a participar en el debate público, incluidos los medios de comunicación, y a ofrecer puntos de vista e ideas que deben ser escuchadas. Todo el mundo tiene derecho a vivir sin la carga de estereotipos de género perjudiciales. Para concluir, una cita del Informe del Parlamento Europeo: "Los medios de comunicación dan forma a nuestro mundo, pero también lo hacen las mujeres como poderosas agentes del cambio en todos los ámbitos de la sociedad. Ha llegado la hora de que los medios de comunicación reflejen esta realidad".

# MUJERES Y PUESTOS DIRECTIVOS, UNA PRESENCIA MARGINAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La desigualdad en el acceso de las mujeres a los puestos directivos no es una excepcionalidad del periodismo, sino que afecta a todo el ámbito laboral y, en mayor medida, lo hace en los sectores vinculados al poder político, judicial o al poder económico y financiero. Sobre todo, a éstos, pues es la economía la que decide en último término por todo lo demás.

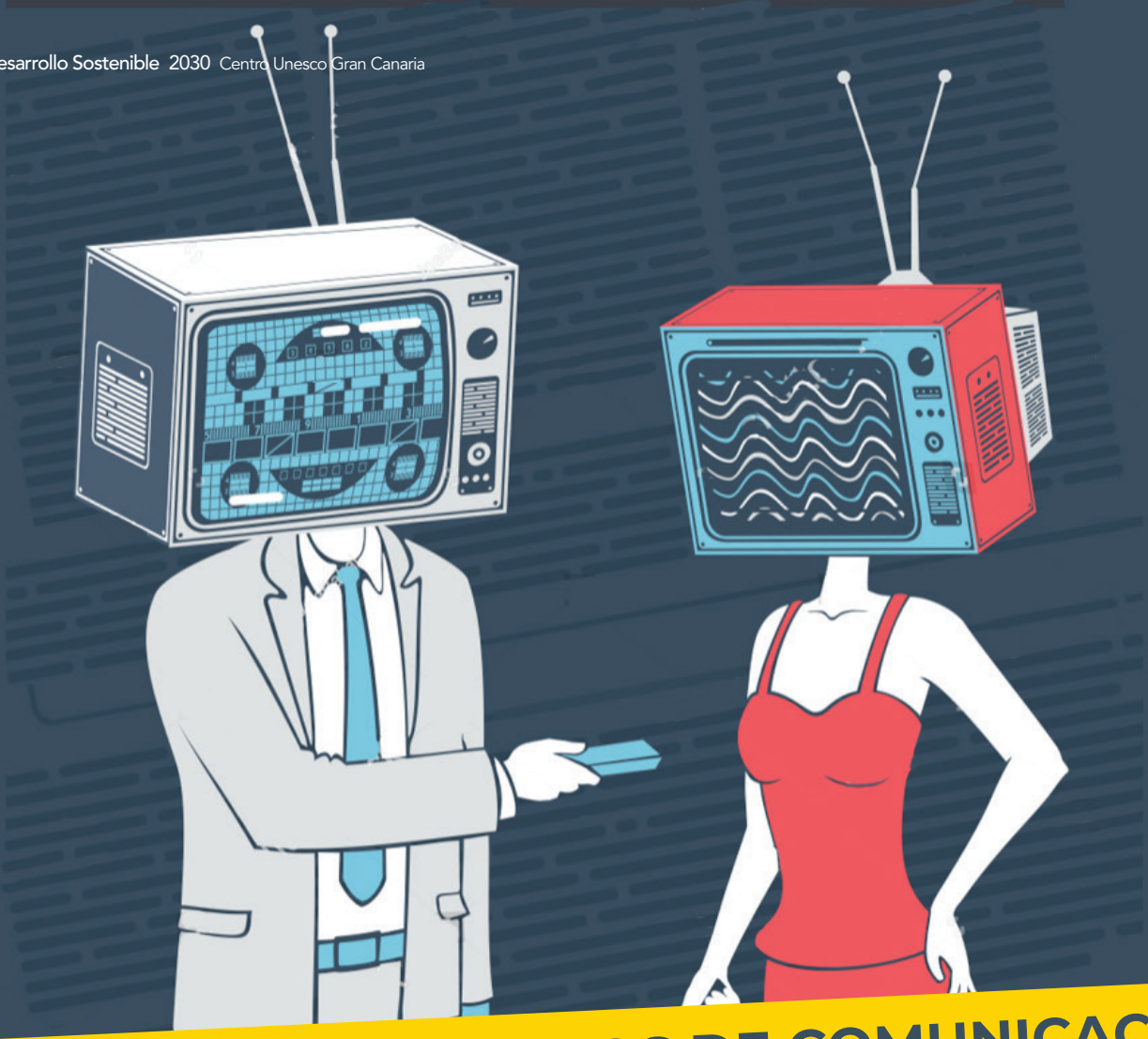
El último informe del Proyecto de Monitorización Global de Medios (GMMP, en sus siglas en inglés), realizado en 2015, pone de manifiesto que la presencia de mujeres en las redacciones ha alcanzado la paridad: prácticamente el 56% de las redacciones de los medios está formada por mujeres. Así, en prensa escrita, ellas representan un 44%; en radio, el 59%, y en televisión, el 64%.

El estudio de la GMMP, sin embargo, advierte de que la feminización del periodismo se ha producido en un contexto de fuerte crisis en el sector, lo que implica en general la reducción salarial, precariedad y peores condiciones. También destaca el informe la discriminación de las mujeres per se en el sector de la televisión, donde la juventud y el atractivo físico siguen siendo un condicionante para el acceso y la permanencia de las mujeres frente a las cámaras y en comparación con los hombres.

Con todos estos mimbres, y algunos más, como el muy riguroso y reciente estudio de la Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC), Mujeres en la Comunicación, la conclusión sobre la presencia de las mujeres en los puestos directivos de los medios de comunicación es desoladora (solo de un 18%) y una muestra de cuánto queda por trabajar en el ámbito de la igualdad, necesaria e imprescindibles, ya no solo para erradicar una anomalía democrática y de derechos humanos, sino para garantizar el ejercicio riguroso y honesto del periodismo.

La información tratada periodísticamente no será completa, rigurosa ni honesta si excluye la perspectiva de género en sus redacciones y en los contenidos que genera. No se puede informar correctamente sin incluir al 51% de la población que somos las mujeres. El periodismo o es feminista o no es periodismo.

**Ana Pardo de Vera,** directora de *Público*



# LA MUJER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN CANARIAS

**MESA REDONDA**

**La Asociación Canaria de Mujeres de la Comunicación Vivas** se constituyó en abril de 2018. Está integrada por 62 profesionales de diferentes islas y de distintos ámbitos del sector, desde autónomas a profesionales de la prensa escrita, la radio, la televisión o gabinetes de diferentes instituciones públicas y privadas. También hay gráficas, diseñadoras y especialistas en nuevas tecnologías.

Con la participación de miembros de su directiva se realizó una mesa redonda donde se hizo un un repaso a algunas cifras del sector en general y en Canarias, mediante un propio informe de VIVAS y el GMMP. En ambos se pone de manifiesto la simbólica presencia de las mujeres en los distintos medios de comunicación.

También se habló de los cambios que se han vivido en los medios en los últimos años con respecto al tratamiento de los temas y la tarea pendiente de la inclusión de la perspectiva de género, así como de la falta de formación al respecto. Igualmente, se informó del trabajo de VIVAS como parte del grupo que elaboró el compromiso que han firmado los medios de comunicación con el Gobierno canario a través del ICI, así como del acuerdo que los grupos con representación parlamentaria han firmado con el colectivo para el desarrollo de las medidas del Pacto de Estado contra la violencia de género en lo que atañe a los medios de comunicación.

Laura Navarro, Luisa del Rosario y Marta Cantero

# La imagen estereotipada de la mujer en los medios de comunicación

Con la presencia de las periodistas **Marina Hernández, Herminia Fajardo** y **Begoña Vera**, y así como de la doctora en filosofía **Cristina Molina**, se celebró un animado debate donde se habló- entre otros asuntos de marcado perfil feminista- de la deformada presencia de la mujer en los medios de comunicación.

En un ambiente distendido-no exento de humor e ironía- se habló, entre otros asuntos, de la secular nula visión femenina de las distintas informaciones, relegadas hasta hace poco tiempo al simple papel de amas de casa, madres u objetos consumidores de moda. Tampoco se obvió, como era de esperar, la poca presencia actual de las mujeres en secciones que en la mayoría de los medios continúa siendo una parcela masculina, siendo relegadas ellas a secciones de Cultura o Sociedad. Hablar ya de la presencia en puestos directivos, o en consejos de administración de las empresas, se planteó casi como algo insignificante, dada su escasa realidad en estos frentes.

Objeto de chanza y mordacidad supuso el apartado donde se plantearon los requisitos estéticos de las mujeres en los medios audiovisuales; preferente jóvenes con buena estética y con indumentaria provocativa, en la mayoría de las ocasiones. Todo lo contrario a lo que sucede con los hombres, también en la mayoría de las ocasiones...

Por mayoría absoluta de abogó por una necesaria lectura de género de las informaciones hechas por mujeres; la única mirada capaz de solventar esta problemática. Las numerosas intervenciones de las asistentes- mayoritariamente un público femenino- enriqueció el debate, propuestas factibles a esta desoladora realidad.

# MUJERES EN EL MUNDO DE LAS CORRESPONSALÍAS

Georgina Higueras. Periodista.

La crisis económica que tan duramente ha golpeado a los medios de comunicación forzó a muchos a reducir o incluso eliminar sus corresponsalías en un momento en que la mujer había logrado hacerse un hueco en la información internacional, considerada con frecuencia, la más selectiva y que en el pasado estuvo reservada en gran medida a los hombres. Las corresponsalías son un símbolo de prestigio porque representan el compromiso del medio por tener su propia visión de la actualidad, pero también requieren un notable esfuerzo económico ya que es necesario sufragar, además del sueldo del periodista, los gastos de vivienda e infraestructura necesaria para desarrollar su trabajo.

Las corresponsalías en el extranjero son las que primero sufrieron el hachazo de la crisis, cuando muchas mujeres habían logrado ya tener sus despachos cruzando el océano o en las capitales europeas. En un mundo globalizado, renunciar a tener una voz propia para explicar a tus lectores o a tu audiencia la realidad de otros países más o menos ligados al devenir del tuyo es bastante penoso. Obedece también a la confusión que ha creado Internet, con una profusión tan enorme de información que ha asustado a muchos ciudadanos que se han refugiado en la llamada 'glocalización', es decir, cuanto más acceso se tiene a lo que pasa más allá de nuestras fronteras, más local te haces.

Empeñadas en avanzar en su carrera periodística, las mujeres consiguieron también en las últimas décadas convertirse en clave a la hora de cubrir los conflictos. No les frenó la decisión de muchos medios de dejar el reporterismo de guerra a los free-lance para no tener que hacer frente a los gastos de los viajes y seguros de sus periodistas de plantilla. Según la Federación Internacional de Periodistas, el 54% de los periodistas que en 2016 cubrían conflictos eran mujeres.

Tuve la suerte no solo de ser corresponsal de guerra en numerosos conflictos, sino también de ejercer las corresponsalías en Pekín, Washington, Estrasburgo y Moscú, y me siento muy orgullosa de ver cómo nuevas generaciones de mujeres periodistas luchan por hacer frente a crecientes dificultades con tal de ejercer los distintos campos de la profesión periodística. Hoy las corresponsalías son ejercidas tanto por hombres como por mujeres que se esfuerzan por distinguir las noticias verdaderas de las falsas y transmitir desde sus puestos de trabajo una información contrastada y verídica. El futuro del periodismo está en sus manos.