

Las mujeres en los medios: ¡Reequilibrar el desequilibrio!

El día de hoy, Día Internacional de la Mujer, queremos hacer un llamamiento a todos los y las líderes de los medios de comunicación y a los y las periodistas alrededor del mundo, a tomar acción contra el desequilibrio sesgado y la representación desigual de género en las noticias – a la vez en los números y en la manera en la que se presenta a las mujeres. Una presencia equilibrada de mujeres y hombres en las noticias y la información de actualidad, reflejaría en mayor grado la composición de la sociedad y transmitiría una variedad más amplia de experiencias, visiones y preocupaciones humanas. Sin embargo, las estadísticas muestran que los medios están lejos de lograr el equilibrio:

- La mayoría de los medios retratan a las mujeres en papeles estereotipados como el de ama de casa, modelo o víctima.¹
- Las mujeres son más frecuentemente que los hombres descritas a partir de atributos superficiales como ser la apariencia física, la edad, la ropa o el estado civil. Los hombres por su lado son descritos más frecuentemente como figuras públicas poderosas donde los medios enfocan en su profesión, sus habilidades y opiniones. Esto perpetúa una percepción limitada y desigual de los géneros.²
- Solo 4 % de todos los periódicos, radios y televisiones desafían los estereotipos.³
- Solo 24 % de todos los sujetos de las noticias – la gente entrevistada o de quién se trata la noticia – es de género femenino.⁴
- Solamente en 19 % de los casos las mujeres son consultadas como expertas⁵
- En solo 16 % de las noticias relacionadas con política o gobierno, los sujetos de la historia son mujeres.⁶

Las cifras no son solamente indicativas de los desafíos de la desigualdad de género del sector mediático, pero son también un impedimento serio al desarrollo de los medios y de la democracia. Una democracia que funciona necesita que haya igualdad de género. Los medios deben hacer más esfuerzos para contribuir con esta meta.

Los medios tienen el poder y la responsabilidad de desafiar los estereotipos en la producción de contenido y juntos necesitamos fijar un ejemplo para las actuales y futuras generaciones. Es por eso, que como parte de una organización mediática, hoy en día les pedimos:

- Participar en monitoreo de género de los medios, haciendo un seguimiento de a quién y en que rol está representando en el contenido que Uds. transmiten
- Crear su base de datos de mujeres expertas en diferentes temas – o utilizar bases de datos que ya existen
- Revisar sus pautas editoriales para asegurarse de estar incluyendo la perspectiva de género
- Realizar una auditoría de género de su equipo de trabajo para asegurarse que cuenta con una fuerza de trabajo diversa, e identificar las brechas de género en su organización – una fuerza de trabajo diversa es más susceptible de producir un contenido pluralista

Las organizaciones abajo firmantes están listas para apoyar tales esfuerzos:

¹ Verp or ejemplo Vanderberghe, H. (2019) Representación de las mujeres en las noticias: Hacer el equilibrio entre la carrera y la vida familiar, Media and Communication

² Ibid

³ Who makes the News. Global Media Monitoring Project 2015

⁴ Ibid

⁵ Ibid

⁶ Ibid



الاتحاد الوطني للصحفيين الشباب بالمغرب
الاتحاد الوطني للصحفيين الشباب بالمغرب
National Union of Young Journalists in Morocco

