



ANDROCENTRISMO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN:

# Apuntes sobre la representación de las mujeres en la prensa de actualidad<sup>1</sup>

Androcentrism and mass media communication: Notes about the representation of women in current press

DRA. FLORENCIA ROVETTO, Facultad de Humanidades y Artes Universidad Nacional de Rosario - Argentina. (florencia.rovetto@gmail.com)

► Recibido: 08 / 09 / 2010. Aceptado: 07 / 11 / 2010

## RESUMEN

A lo largo del siglo XX se produjeron cambios decisivos en las actuales sociedades democráticas, vinculados al fortalecimiento del papel activo de la ciudadanía, reconociendo los derechos políticos al conjunto de mujeres y hombres adultos. La consolidación de la democracia también ha favorecido que las mujeres se hayan incorporado ampliamente a las actividades públicas y laborales. Sin embargo, los medios de comunicación no han sido sensibles a las transformaciones que se han producido en las vidas de las mujeres y en las relaciones entre mujeres y hombres en los últimos treinta años, excluyendo estos cambios de su enfoque o minusvalorándolos. En este artículo se ponen de manifiesto algunos de los mecanismos por los cuales los medios de comunicación no han asumido su responsabilidad social frente a la conformación de las sociedades actuales.

**Palabras clave:** androcentrismo, medios de comunicación, mujeres, Test ADSh.

## ABSTRACT

*In the twentieth century democratic societies experienced significant changes related to the strengthening of the active role of citizens and the recognition of the political rights of both adult women and men. The consolidation of democracy has also promoted the massive incorporation of women into public and industrial activities. However, the media (especially the mass media) has not been sensitive to the important and noticeable changes that have taken place in women's lives and in male-female relations, ignoring those changes in their approaches or underestimating them. This article highlights some of the mechanisms by which the media has not assumed its social responsibility regarding these developments in modern society.*

**Keywords:** androcentrism, mass media, women, ADSh Test.

<sup>1</sup> La investigación que antecede a este artículo se realizó en el marco del proyecto de investigación: I+D+I (2007/2010) "La representación del trabajo de las mujeres en los medios de comunicación: de la marginación a la utilización de Internet2 para la participación en la construcción de conocimiento y evaluación de políticas públicas", financiado por el Instituto de la Mujer. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de España.

**2** Este artículo expone parte de los resultados obtenidos en la tesis doctoral presentada en la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) en mayo de 2010 que, a su vez, forma parte del proyecto de investigación mencionado en la nota al pie 1, dirigido por la Dra. Núria Simelio en el marco del equipo Feminario Mujeres y Cultura de Masas de la UAB.

**3** En un primer momento, las investigaciones académicas concebían a la mujer como una categoría sociocultural indiferenciada que supuestamente había estado siempre oprimida a causa de su función natural (Butler, 2001, p.38). Esta línea de investigación ubicó al feminismo como movimiento político que conceptualizó el patriarcado como el orden social que perpetuaba y legitimaba las diferencias jerárquicas entre hombres y mujeres, postulando la superioridad masculina. Más adelante, otras voces feministas empezaron a cuestionar los análisis de género, al poner de manifiesto que olvidaba la importancia de elementos como la edad, clase social, etnia, etc. Fueron los movimientos de mujeres negras y de clases trabajadoras de EE. UU., los que a finales de los años '80 criticaron los

## 1. PRESENTACIÓN

¿Cómo comprender la relación entre lo que dicen los medios y lo que sucede en la realidad? ¿Qué y cómo explican los medios la realidad en la que vivimos? ¿Aciertan en el diagnóstico de los problemas que afectan diariamente a la ciudadanía? ¿Ofrecen posibilidades de solución?

Estas son algunas de las preguntas que guían la investigación y que permitieron poner de manifiesto ciertas rutinas androcéntricas presentes en la construcción de la información.<sup>2</sup> En este artículo se presentan los principales resultados del análisis de contenido sobre la representación del trabajo de las mujeres en la prensa española de actualidad, partiendo de las preguntas desarrolladas en el Test ADSH para evaluar la Amplitud, la Diversidad y la Sensibilidad Humana de las noticias.

Las preguntas fundamentales que guían este estudio son: ¿de quién hablan las noticias?, es decir, ¿a quién (o quiénes) se presenta como protagonista de las noticias? y ¿qué tratamiento reciben? La respuesta a estos interrogantes básicos permite evaluar qué visión ofrecen los periódicos analizados de los protagonistas de la información. Por último, de estos interrogantes se derivan las cinco preguntas metodológicas del test: *quién enfoca, a quién enfoca, en qué actuaciones, en qué escenarios y utilizando qué fuentes.*

La mencionada investigación aborda la representación del trabajo de las mujeres en el contexto de la promulgación de la Ley Orgánica para la Igualdad Efectiva entre Mujeres y Hombres (LOIEMH) en España (en marzo de 2007). Dicho estudio se centró en el análisis del impacto de la ley sobre la representación de los modelos femeninos de trabajo y la visibilización de las transformaciones sociales protagonizadas por las mujeres en distintos ejemplares de los diarios españoles *ABC* y *El País*, editados entre octubre de 2006 y octubre de 2007. El objetivo principal de la investigación consistió en evaluar el enfoque y el tratamiento que dan los periódicos al trabajo de las mujeres y su participación en la construcción de la “actualidad informativa” en el contexto de la promulgación de la LOIEMH.

## 2. CRÍTICA AL ORDEN ANDROCÉNTRICO DEL DISCURSO. DISTINCIONES CONCEPTUALES

Aquí se parte de considerar a los medios de comunicación como a los mapas, es decir, como una representación cartográfica de la realidad social, como una guía para orientar los viajes cotidianos. Pero de la misma manera que el resultado de un viaje no depende solo de los mapas que se utilizan, sino también de cómo se utilizan, el conocimiento de la sociedad no depende únicamente de lo que informan los medios, sino de cómo se leen esos medios.

Por consiguiente, se entiende que los medios de comunicación, al explicar la realidad, generan pautas de lecturas, las que también crean los textos académicos con los que se forman tanto los científicos sociales como los periodistas, y que estas pautas condicionan cómo se lee, se escucha, se piensa y se produce teoría sobre los medios de comunicación. Asimismo, dichas pautas de comprensión acerca de los medios de comunicación forman estructuras de pensamiento que, como señala Braudel (1992), constituyen “cárceles de larga duración”:

Una estructura es [...] una realidad que el tiempo tarda enormemente en desgastar y en transportar. Ciertas estructuras están dotadas de tan larga vida que se convierten en elementos estables de una infinidad de generaciones [...] Piénsese en la dificultad de romper ciertos marcos geográficos, ciertas realidades biológicas, ciertos límites de la productividad y hasta determinadas coacciones espirituales. También los encuadres mentales constituyen prisiones de larga duración”. (pp. 70-71)

Teniendo en cuenta estos postulados, se tomaron como referencia teórica los aportes realizados en los años ochenta desde la crítica al androcentrismo del discurso académico y de los medios de comunicación. Desde esta perspectiva analítica se elaboró una metodología sistemática para analizar la representación de los modelos de género, femeninos y masculinos, en los medios de comunicación, articulados con otras variables como la edad, la etnia y la clase; relacionando estos modelos con los espacios sociales, privados, públicos y marginales, con las actuaciones y relaciones correspondientes a estos espacios (Moreno, 1986, 1988, 1998).

El concepto de androcentrismo, a diferencia de la categoría género, hace referencia a diversos aspectos que sirven para entender la desigualdad social, económica y sexual a partir del papel que se ocupa en el centro del poder. Remite, en su utilización conceptual, a la constante construcción simbólica del poder a través de arquetipos de legitimación, es decir que el androcentrismo no funcionaría como transmisor masivo si no diera cuenta del arquetipo al que está difundiendo en términos unívocos, repetitivos y estereotipados. En este sentido, y debido a la descripción y deconstrucción del aspecto ideológico que el androcentrismo representa, aquí es considerado más apropiado para el análisis que el concepto, menos analítico, de género.

Asimismo, es necesario tener en cuenta que el uso de la categoría de género ha presentado, en numerosas ocasiones, algunas limitaciones en el análisis de la prensa escrita, especialmente cuando el concepto se ha ido desvirtuando, pasando a utilizarse como sinónimo de mujer o sexo femenino en lugar de referirse a la construcción sociocultural y a las asimetrías de las

diferencias sexuales (Izquierdo, 1998). El principal problema es que los estudios de género aplicados al análisis de la prensa escrita han ido perdiendo sus objetivos originales, incluso han llegado a confundir totalmente su significado, pasando a no diferenciar claramente cuándo se está hablando de sexo, género, hombre o mujer (Simelio, 2006).<sup>3</sup>

Por lo tanto, como se señala en la “Guía para humanizar la información”, se trata de profundizar el análisis de las desigualdades sociales, y no de sustituir un enfoque patriarcal, que privilegia a los hombres, por otro de género, que sólo invierte los términos y mira preferentemente a las mujeres (Moreno, *et al.*, 2007). En este sentido, el uso de la categoría androcentrismo es primordialmente relacional y permite ir a la raíz simbólica y compleja de un sistema de pensamiento racista y clasista, sexista y adulto (Moreno, 1988), mostrando que no hay un mundo de las mujeres aparte del mundo de los hombres y que la información sobre unas es, necesariamente, información sobre otros.

Finalmente, este estudio se enriquece con aportes procedentes de la teoría feminista y, fundamentalmente, de la crítica al androcentrismo del discurso académico y de los medios de comunicación. Estas contribuciones han irrumpido con fuerza en las ciencias sociales, pero todavía no han alcanzado un estatus académico reconocido en el campo de los estudios de los medios de comunicación: “Los estudios de mujeres conforman un movimiento transdisciplinario e interdisciplinario, intelectual y educativo, que viene alterando de manera irreversible lo que sabemos, lo que creemos saber y la manera como pensamos” (Stimpson, 1999, p. 129).

Además, actualmente, son muchos los estudios que abordan la asimetría representacional en los medios, la influencia ideológica de estas distorsiones y la crítica sistemática a las representaciones estereotipadas y naturalizadas, denunciando el discurso mediático constituido como forma hegemónica. Es decir, tomando el discurso mediático como proceso social que logra la amplitud de su consenso a través de su traducción en sentido común (Gramsci, 1986).

Desde que, a finales de los años 70, la investigadora Gaye Tuchman llevó a cabo una de las primeras investigaciones sobre la producción del discurso mediático, a partir de un marco funcionalista, señaló que la “aniquilación simbólica”<sup>4</sup> de las mujeres en los medios de comunicación pone en peligro el desarrollo social, al no mostrar las imágenes positivas del conjunto de la sociedad que permitan representaciones adecuadas del colectivo femenino en las actuales sociedades democráticas.

Esto equivale a decir que la representación de las mujeres es desproporcionadamente inferior a su presencia en el mundo

laboral y cultural. Si se parte de considerar que ni su historia ni su actividad presente son objeto central de las noticias, se puede suponer que las características de la representación femenina en la información actual pueden determinar la posición social, las expectativas y las valoraciones en torno a las mujeres y, a su vez, repercutir en la propia percepción de sí mismas que los medios contribuyen a formar.

Ciertamente, los trabajos de investigación realizados en torno al análisis de las relaciones sociales comunicativas derivan de preguntar sobre las formas de explicar la existencia humana, validadas institucionalmente como verídicas. Esa construcción simbólica constituye lo que, en palabras de Ruth Benedict, se puede designar como “un dogma primordial” que se plasma en lo que Moreno denomina “arquetipo viril”.<sup>5</sup>

Este arquetipo viril es la conceptualización de la medida de lo humano, pero no de cualquier ser humano, mujer u hombre de cualquier condición, ni siquiera de cualquier hombre, sino de los miembros que podemos identificar como colectivos hegemónicos: varones adultos de raza y clase dominantes, es decir, ese hombre al que identificamos como protagonista de la historia (Moreno, 1988).

### 3. LA CONSTRUCCIÓN DE LA REALIDAD SOCIAL SEGÚN EL ENFOQUE ANDROCÉNTRICO DE LA MIRADA INFORMATIVA

Es una evidencia clara que los medios, cotidianamente, hacen una relación de la actualidad, de lo que sucede en el presente en la realidad social cotidiana. De esa realidad social, vivida y entendida globalmente, la prensa selecciona algunos acontecimientos, muy pocos, y los trata de manera en que los convierte en informaciones, es decir, en hechos considerados significativos.

De ahí que, lo que aparece con más frecuencia y cargado de significación en los medios son las actuaciones de los jefes de estado y otros personajes situados en las cúspides del poder político y económico. Ciertamente, estos son los acontecimientos que constituyen el material noticiable por excelencia, conforman la agenda diaria y ocupan las primeras páginas de los periódicos o las noticias centrales de los informativos radiales y televisivos.

En esta línea se puede considerar que la construcción periodística hegemónica de la “realidad histórica” condiciona la construcción de la “realidad informativa”. El efecto cognitivo de “los medios no se limita a indicar sobre qué temas se debe pensar... o no pensar, sino también sobre qué personajes o colectivos sociales y cómo valorarlos” (Moreno, 1998, p.68).

Ciertamente, si se considera que el rol fundamental de los medios de comunicación en las sociedades democráticas es el

**Continuación 3:** supuestos racistas, clasistas y etnocentristas de las feministas blancas de clase media. Para indagar sobre la relación género, clase, raza y etnicidad ver: Collier y Yanagisako (1987); Maquieira, y Vara, (1997). Para comprender la relación sexismo-racismo en los medios de comunicación, ver: Davies, Dickey y Stratford (1987).

**4** *Symbolic annihilation*: es un término citado por Tuchman en su investigación de 1978, pero que ha sido utilizado por otros investigadores, como George Gerbner, para describir la expulsión de la realidad en los procesos mediáticos de determinadas cuestiones y personajes.

**5** Un arquetipo es el patrón ejemplar del cual otros objetos, ideas o conceptos se derivan. En la filosofía de Platón, expresa las formas sustanciales (ejemplares eternos y perfectos) de las cosas que existen eternamente en el pensamiento divino.

6 En 2004 culminó un proyecto de investigación dirigido por la Dra. Amparo Moreno, denominado: *La representación de las relaciones entre mujeres y hombres y del recambio generacional en la prensa de 1974 a 2004*. Este primer proyecto I+D+I también fue financiado por el Instituto de la Mujer de España. De su desarrollo se desprenden otros trabajos de investigación como las tesis doctorales presentadas por: Simelio, N. (2006) "Prensa de información general durante la transición política (1974-1984): pervivencias y cambios en la representación de las relaciones sociales", y Vargas, M<sup>a</sup> S. (2006) "Los dominicales durante los últimos 30 años (1974-2004): consolidación y desarrollo de la sociedad de consumo en España". Ambas son tesis doctorales presentadas en el Departamento de Periodismo de la UAB.

de ser instrumentos que han de proporcionar día a día conocimientos significativos para el conjunto de la sociedad, es decir, que si la información que proveen los medios de comunicación debe permitir que la ciudadanía tome decisiones y fiscalice las actuaciones de sus representantes políticos, los cambios sociales e institucionales se deben poner de manifiesto de forma clara en las informaciones.

Un ejemplo de esto lo podemos registrar en el acceso de las mujeres a los espacios públicos y a los escenarios del poder político, económico, cultural, de los que, hasta no hace mucho, estaban excluidas. Esta importante transformación social tendría que traducirse en una mayor presencia de las mujeres en la prensa llamada de información general y en los restantes medios de comunicación que dan cuenta de los debates y actuaciones que se producen en el espacio público.

Sin embargo, la lectura atenta de la prensa, intentando detectar cómo da cuenta día a día de los cambios y también de las pervivencias, nos dice que esto no es así. La representación de la realidad social en los diarios parece impermeable a las situaciones sociales más decisivas para la vida cotidiana de las personas, si bien es cierto que no todos los medios de comunicación, ni todas las secciones de los periódicos, ni por supuesto todos los periodistas ponen de manifiesto la misma miopía ante los cambios que las mujeres han protagonizado en los últimos cien años. Además, esto supone un déficit para la democracia, ya que dificulta que la mayoría de las personas se puedan identificar como sujetos políticos activos y logren ejercer plenamente los derechos y deberes que les son reconocidos por las leyes.

Los resultados de las investigaciones realizadas sobre prensa de información general pueden ser evidentes para cualquier persona habituada a la lectura de diarios: las mujeres apenas aparecen como protagonistas de los hechos que se consideran noticiables; su presencia en la prensa no se ha incrementado proporcionalmente a su incorporación a los escenarios públicos, económicos, políticos, culturales; y cuando aparecen, suelen ser representadas como víctimas pasivas y pacientes, en situaciones anecdóticas o como objeto de ironía. Por tanto, se concluye que la prensa resulta impermeable a los cambios sociales que las mujeres han protagonizado (Simelio, 2006).

Ahora bien, que sea así no significa que no pueda ser de otro modo y que no haya que trabajar para que la información se ajuste más a la realidad y aporte luz sobre el conjunto diverso de la sociedad. Ciertamente, la presencia de las mujeres en las noticias solo adquiere pleno significado cuando se relaciona con la atención que reciben los hombres, y se aborda la representación de mujeres y hombres en el conjunto del periódico.

De hecho, los estudios realizados sobre medios de comunicación impresos, que anteceden al desarrollo de esta investigación, demuestran que la prensa ha permanecido impermeable a las actuaciones de los numerosos y diversos colectivos de mujeres y hombres de distintas edades, procedencias, condiciones personales y sociales que constituyen hoy la ciudadanía plural y que, individual y colectivamente, son quienes deben controlar, evaluar y legitimar las actuaciones de los representantes políticos y las políticas públicas implementadas por las administraciones que afectan, de forma directa, el desarrollo individual y social de la vida cotidiana.

Para comprender por qué quienes elaboran las noticias parecen refractarios a dar cuenta de las transformaciones sociales promovidas por las mujeres y la mayoría de los hombres, hay que centrar la atención en la otra cara del problema: la prensa considerada seria, al igual que los textos académicos y políticos, hablan poco de la mayoría de mujeres y hombres porque centran su atención en unas minorías de varones adultos que constituyen los colectivos que ejercen el poder en los escenarios públicos centrales: políticos, económicos y culturales.

Pero, además, las actuaciones de estos protagonistas, que se pueden reconocer como los representantes del arquetipo viril, son valoradas como actos noticiables positivos, capaces de influir en toda la sociedad. Los periódicos se convierten así en los escenarios de debates o disputas entre grupos políticos y económicos, mayoritariamente liderados por hombres y mujeres reproductores del arquetipo viril al que aludíamos. Y por el contrario, las noticias que se relacionan con el resto de las mujeres y hombres suelen recibir valoraciones negativas o aparecen como ejemplos de lo que es inferior o está fuera de la ley.

En síntesis, parece ser que solamente un grupo reducido de protagonistas es el único habilitado para influir significativamente en el conjunto de la sociedad. Pero debiera ser de otra manera: el conjunto de la ciudadanía plural debería disponer de las herramientas participativas para la toma de decisiones que afectan a toda la población, y sus acciones deberían estar en el centro de la información.

#### 4. ANTECEDENTES Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Algunas de las investigaciones producidas en los últimos años han intentado poner de manifiesto las rutinas androcéntricas presentes en la construcción de informaciones en diferentes medios escritos, españoles y latinoamericanos: boletines municipales, prensa diaria, prensa del corazón, prensa popular y revistas dominicales.<sup>6</sup>

Los resultados de estos trabajos echaron luz acerca de las diferencias existentes en la representación simbólica de mujeres y hombres en los medios de comunicación, que responden a hábitos de pensamiento androcéntricos que afectan el enfoque y el tratamiento de la realidad social. Revelaron también la persistencia de una mirada informativa androcéntrica, restrictiva y anquilosada, que ha expulsado a mujeres y hombres como protagonistas del debate público, así como la falta de sensibilidad de los medios de comunicación para dar cuenta de las transformaciones sociales que han protagonizado las mujeres, especialmente en los treinta últimos años (Moreno, 2004).

Estos resultados validaron la hipótesis de que la mayoría de las noticias proporcionadas por los periódicos considerados serios y de calidad (como los diarios *ABC*, *El País*, *La Vanguardia* y *El Periódico*, entre otros), en lugar de orientarnos en el mundo en que vivimos y proporcionarnos datos y criterios para valorar los acontecimientos, construyen una información más opaca, más alejada de la realidad, más deshumanizada (Simelio, 2006).

Con los resultados obtenidos se pudo constatar que las noticias hablan mayoritariamente de situaciones conflictivas en las relaciones humanas, veladas tras formas enunciativas abstractas que revelan estructuras de poder: instituciones, entidades y corporaciones desde las que se ejerce el poder en distintas esferas. A su vez, los datos abstractos, las estadísticas o diversas situaciones relacionadas con el poder político y económico aparecen como los protagonistas activos y los sujetos agentes de las noticias, suplantando a las personas responsables de esos actos.

En este sentido, se puede afirmar que los medios de comunicación manifiestan la persistencia de una construcción simbólica androcéntrica, que está en la base de las explicaciones académicas, profesionales y periodísticas que se muestran ajenas a los cambios sociales y que no son capaces de explicar la compleja realidad social: “[...] las diferencias en la representación simbólica de mujeres y hombres en los textos periodísticos analizados responden a hábitos de pensamiento androcéntricos (y no solamente de género) que afectan el enfoque y el tratamiento de la realidad social” (Moreno, 2004).

Siguiendo estos postulados y con el objetivo de comprender por qué se produce esta falta de adecuación de la información respecto a los cambios sociales, a partir de 2005 se comenzó a trabajar en la elaboración de una “Guía para humanizar la información”, basada en la pregunta ¿De quién hablan las noticias? Esto es: ¿qué mujeres y qué hombres de distintas edades,

procedencias y condiciones personales y sociales son considerados como protagonistas de las noticias? Esta pregunta básica sobre la información comporta otra de carácter político: ¿qué mujeres y qué hombres pueden reconocerse en la prensa como sujetos agentes y partícipes de la democracia?

La “Guía para humanizar la información” presenta y explica el método de análisis basado en el Test ADSH para la evaluación de la Amplitud, la Diversidad y la Sensibilidad Humana de la mirada informativa. La principal ventaja de esta herramienta estriba en que posibilita leer y releer atentamente las noticias para clarificar quién o quiénes aparecen como protagonistas de las noticias, a quién o a quiénes se enfoca y se considera sujetos de los verbos que expresan las acciones que se representan como noticiables, y qué tratamiento reciben (Moreno, Rovetto y Buitrago, 2007). Como se apuntó más arriba, la Guía está basada en cinco preguntas sencillas:

Quién enfoca	▶	A quién enfoca
Utilizando qué fuentes		En qué actuaciones
		En qué escenarios

Estas preguntas permiten desentrañar cuáles son las rutinas que deshumanizan la información con el propósito de explorar otros enfoques. Con este trabajo se pudieron ensayar nuevas formas de hacer información, revisando los criterios acerca de lo que se puede considerar o no se puede considerar noticia para hacer una información más humana, de manera que las mujeres y los hombres puedan disponer de conocimientos significativos y al mismo tiempo producirlos para actuar y participar en el desarrollo democrático de las sociedades actuales.

Finalmente, continuando con esta experiencia, se elaboró la tesis doctoral titulada “La representación del trabajo de las mujeres en la prensa: Análisis comparativo y cualitativo de la información de actualidad”, donde se analiza la representación del trabajo de las mujeres en los textos periodísticos seleccionados de dos matutinos españoles: *ABC* y *El País*. El análisis se centró en las informaciones producidas en el contexto de la promulgación de la LOIEMH intentando detectar, especialmente, el “principio de presencia o composición equilibrada” con el que la ley trata de asegurar “una representación suficientemente significativa de mujeres y hombres en todos los ámbitos de la vida social”.<sup>7</sup>

En esta oportunidad se analizaron todas las informaciones en cuyos titulares se hace referencia a la/s mujer/es registradas en los 42 ejemplares de los diarios *ABC* y *El País* durante la

7 Boletín Oficial Español (BOE) Nº 71. Ley orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de hombres y mujeres. Publicado: 23 de marzo de 2007, p. 12.612. Allí se establecen criterios normativos que interesan aquí, tal como los que se señalan en el Título III sobre Igualdad y medios de comunicación; en el Título IV sobre el derecho al trabajo en igualdad de oportunidades; en el Título V sobre el principio de igualdad en el empleo público; y en el Título II sobre las políticas públicas para la igualdad. Texto de la ley completo en: [http://www.csd.mec.es/csd/sociedad/deporte-y-mujer/ley\\_igualdad1.pdf](http://www.csd.mec.es/csd/sociedad/deporte-y-mujer/ley_igualdad1.pdf)

cuarta semana de los meses de octubre de 2006, abril y octubre de 2007. En el análisis se manejaron 45 variables que se aplicaron a un total de 393 unidades de análisis, repartidas entre *ABC* (209) y *El País* (184). El total de datos registrados en ambas cabeceras fue de 17.685.

A su vez, en la investigación se aplicó la herramienta Test ADSh para el análisis crítico del discurso mediático, intentando detectar las rutinas conscientes e inconscientes (androcéntricas) presentes en la producción de noticias y las reglas que rigen la representación y la interpretación de las mismas, ya que estas reglas parecen haberse adecuado a convenciones y esquemas aprendidos, que con el tiempo y el uso se han convertido en las únicas formas posibles de redacción de noticias.

Dicha tesis doctoral partió de reflexionar sobre la invisibilidad de las mujeres en las noticias, basada en los resultados de los análisis anteriores que pusieron en evidencia que la representación de las mujeres en la prensa no da cuenta de su creciente incorporación al mercado de trabajo, con la diversa y la multifacética actividad femenina en el campo profesional de las sociedades modernas. Por ello, se consideró que el análisis de las noticias en el contexto de la promulgación de la LOIEMH debía arrojar nuevos datos sobre el enfoque y el tratamiento del trabajo de las mujeres como protagonistas en la prensa, que fueran más amplios, diversos y sensibles a los cambios producidos en la actualidad social.

## 5. PRINCIPALES RESULTADOS DEL ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA REPRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE LAS MUJERES EN LA PRENSA ACTUAL

En primer lugar, con esta investigación se pudo verificar que los diarios de información general muestran una realidad que excluye a la mayoría de las mujeres y no dan cuenta de los cambios y las transformaciones sociales que se producen día a día y que afectan al conjunto de la ciudadanía, entre los cuales destacamos la incorporación de una gran cantidad de mujeres al mercado laboral español en los últimos treinta años.

En este sentido, los datos relevados permiten destacar que los colectivos de mujeres constituyen un repertorio muy reducido en el enfoque de los diarios analizados, pero precisamente por este motivo, es significativo analizar quiénes son estas mujeres. En la tabla 1 se expone el número de referencias a las protagonistas que se presentan de forma individual o colectiva y que fueron registradas en ambos matutinos. Es importante aclarar que en este estudio se ha podido observar que la atención centrada en una sola protagonista implica un tratamiento individualizado, que puede ser positivo o negativo. Mientras que la atención puesta en las mujeres enfocadas como colectivo conlleva, generalmente, una crítica o valoración negativa, que se expresa en el anonimato y la indiferenciación de las protagonistas.

Del análisis de los datos expuestos en la tabla 1 se desprende que los ejemplares del diario *El País* enfocan a una mayor cantidad y diversidad de protagonistas colectivas. A su vez, el mayor número de mujeres protagonistas enfocadas individualmente, por ambas cabeceras, se registra en la semana de abril de 2007. Entre los colectivos de protagonistas enfocados por los ejemplares de *ABC* se destacan muy pocas mujeres valoradas positivamente. Se trata de mujeres enfocadas por su trabajo como empresarias o políticas. Mientras que la mayoría de las protagonistas registradas como colectivos en *ABC* reciben un tratamiento valorado negativamente: las víctimas de la clínica Corporación Dermoestética, las cifras de mujeres asesinadas a manos de sus parejas o ex parejas, las mujeres víctimas de ETA o las trabajadoras desocupadas que elevan el índice de desempleo femenino.

Por el contrario, los ejemplares del diario *El País* presentan una mirada más positiva en el tratamiento de algunos colectivos de mujeres protagonistas. En este matutino se registraron colectivos de feministas, africanas roqueras, empresarias chinas y españolas o trabajadoras desocupadas y amas de casa, como agentes de acontecimientos sociales valorados positivamente

**TABLA 1. Tipo de protagonismo de las mujeres enfocadas en los titulares: individual o colectivo**

Cabecera / Período	Tipo de protagonismo	ABC				EL PAÍS			
		Individual	%	Colectiva	%	Individual	%	Colectiva	%
Octubre 2006		63	16%	4	1%	49	12%	13	5%
Abril 2007		75	19%	6	2%	56	14%	11	4%
Octubre 2007		53	13%	8	2%	47	10%	8	2%
<b>TOTAL</b>		<b>191</b>	<b>48%</b>	<b>18</b>	<b>5%</b>	<b>152</b>	<b>36%</b>	<b>32</b>	<b>11%</b>

y en los que las protagonistas desarrollaron un papel activo.

Sin embargo, también se advierte la representación de colectivos de mujeres victimizados o en situación pasiva que hace *El País* cuando se trata de las mujeres inmigrantes en España, ya que si bien se alude a las empresarias chinas que se instalan exitosamente en Cataluña, también se enfoca en los problemas de las jornaleras rumanas durante la cosecha de la fresa en el sur del país, o a las niñas inmigrantes marroquíes “vendidas para casarlas en matrimonios pactados en Cataluña”.

Las designaciones que reciben algunos colectivos de mujeres no identificadas hacen referencia a las actuaciones que realizan o que padecen, y su país de origen o su nacionalidad. Este tratamiento permite afirmar que la manera de presentar el fenómeno de la inmigración promueve una visión distorsionada de la integración de mujeres extranjeras en la vida laboral española. Y se concluye que el tratamiento de las mujeres inmigrantes, en los ejemplares de *El País*, privilegia el estereotipo de las protagonistas como mujeres sumisas procedentes de sociedades subdesarrolladas que padecen diversos tipos de abuso en el país de acogida.

A su vez, las escasas referencias a colectivos de inmigrantes en ambas cabeceras deja traslucir la falta de un debate profundo sobre la situación de estas mujeres en el ámbito laboral español e invisibiliza problemáticas específicas vinculadas a la precariedad que éstas soportan, los problemas singulares para conseguir la regulación trabajando de manera informal, sus demandas gremiales o la falta de servicios específicos para desarrollarse plenamente como mujeres trabajadoras, etc. En este sentido, el tratamiento que reciben es, en muchos casos, pasivo y sin capacidad de intervenir o tomar decisiones que repercutan sobre sus propias vidas y sobre la comunidad. Finalmente, vale aclarar que esta ausencia significativa de referencias a inmigrantes afecta tanto a mujeres como a hombres.

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

La mayoría de las mujeres enfocadas individualmente aparecen diluidas en el concepto de familia: madres, hijas, parejas, ex parejas. Estas informaciones dan cuenta de los nacimientos, las celebraciones y los casamientos protagonizados por mujeres, reforzando la representación de los rituales básicos de la vida reproductiva. Y estas designaciones, lejos de fomentar

los valores igualitarios de la sociedad que están presentes en el redactado de la LOIEMH, invisibilizan sus proyectos personales y refuerzan los estereotipos sociales vinculados a la tradicional división del trabajo que asigna a las mujeres roles relacionados con la familia, producidos en los escenarios domésticos.

Por otra parte, se destaca el registro de un importante número de mujeres que trabajan en el mundo del espectáculo y las artes. Estas informaciones enfocan en actuaciones valoradas positivamente y asociadas al éxito profesional y la fama. Pero también, en otras actuaciones, frívolas y sensacionalistas o valoradas negativamente, que destacan aspectos de la vida privada y las relaciones interpersonales de las protagonistas.

Las características que se aportan sobre la mayoría de las mujeres enfocadas como protagonistas individuales hacen referencia a su profesión o al cargo que ocupan, reafirmando el rol público que desempeñan. Las mujeres políticas, generalmente, reciben un tratamiento positivo, con verbos activos que indican “decir” o “decidir” en los escenarios públicos. Pero también son enfocadas como sujetos que padecen críticas realizadas por sus pares hombres o por instituciones políticas.

Los resultados relevados en cada período analizado para detectar los cambios en el enfoque y el tratamiento de las mujeres protagonistas de las informaciones publicadas antes y después de la promulgación de la LOIEMH (marzo de 2007) arrojan los datos expuestos en la siguiente tabla:

**TABLA 2. Total de mujeres protagonistas de los titulares enfocadas por su trabajo, profesión o rol social**

Período / Cabecera	ABC	EL PAÍS	TOTAL
Octubre de 2006	53	46	99
Abril de 2007	61	54	115
Octubre de 2007	34	42	76
Total	148	142	290

En la tabla 2 se puede apreciar el total de informaciones protagonizadas por mujeres enfocadas por su trabajo, profesión o rol social que fueron relevadas en ambos periódicos (ABC: 148, *El País*: 142). En esta investigación, se tuvo en cuenta que la regularidad del cumplimiento de una ley orgánica en el espacio social permite considerar un tiempo normativo en que la misma “debería” aplicarse y otro, de más larga duración, en el cual su impacto puede ser constatado, o no, en los distintos ámbitos sociales (como la prensa, que constituye un escenario parcial de

representación), condicionada por las aperturas y resistencias que esta misma sociedad aplica a la ley promulgada.

Por este motivo, se realizó un análisis minucioso del tercer período seleccionado en la muestra de periódicos, es decir, los ejemplares de *ABC* y *El País*, que corresponden a la última semana del mes de octubre de 2007 (siete meses después de la promulgación de la ley) en los cuales el tiempo social de la repercusión de la LOIEMH debía estar dando muestras de su aplicación efectiva. Esta suposición también estaba fundamentada en el carácter global de la ley y en la dimensión nacional de las cabeceras elegidas para este estudio.

Los resultados del análisis cuantitativo demuestran que, en la primera semana analizada, sólo contabilizamos 129 noticias protagonizadas por mujeres. Esta cifra representa el 5,5% del volumen total de noticias publicadas durante esa semana.

En cambio, en la segunda semana, la cantidad de noticias protagonizadas por mujeres aumenta a 148, publicadas por ambas cabeceras en ese período, que representa el 6,4% del total. Se puede inferir que el aumento de noticias protagonizadas por mujeres durante la segunda semana analizada, aunque poco significativo en cuanto al volumen total de informaciones publicadas por ambas cabeceras, puede estar relacionado con la promulgación de la LOIEMH en marzo de 2007, teniendo en cuenta el carácter normativo de una ley orgánica en su impacto inicial.

Sin embargo, se observa que este aumento no se sostiene en el tiempo, ya que en la última semana analizada, que corresponde al mes de octubre de 2007, las noticias protagonizadas por mujeres disminuyen a 116 y representan el 5,3% del volumen total de noticias publicadas por ambos matutinos en ese período. Es decir que, siete meses después de la promulgación de la LOIEMH, la cantidad de noticias con referencia explícita a mujeres, allí donde debería seguir aumentando y consolidando el carácter social de la adopción de la normativa, disminuye en ambas cabeceras respecto a los dos períodos anteriormente analizados.

A su vez, los resultados del análisis cualitativo permiten concluir que, salvo en dos noticias registradas en los ejemplares del diario *El País*, publicadas con posterioridad a la promulgación de la ley, los principios de equidad en todos los ámbitos de la vida social, planteados en los postulados de la LOIEMH, no han sido reflejados en los diarios analizados con la profundidad que esta problemática requiere.

Las informaciones a las que nos referimos fueron registradas en dos ejemplares del diario *El País*. La primera corresponde al día viernes 27 de abril de 2007, y hace referencia a las mujeres empresarias que “se reunieron para debatir sobre el ‘techo de cris-

tal’ que dificulta a las mujeres alcanzar puestos de responsabilidad en el campo profesional”, y la segunda pertenece a un ejemplar del mismo diario del día 28 de octubre de 2007: “Las amas de casa le están ahorrando dinero al Estado en guarderías” [...] “fregar, planchar, ir a la compra, cuidar a los hijos, en resumen, el trabajo doméstico y familiar recae todo sobre las mujeres”.

## 6. CONSIDERACIONES FINALES

Además de profundizar en los aspectos básicos de la metodología empleada, este trabajo aporta nuevos datos cuantitativos sobre la presencia de las mujeres trabajadoras en la prensa española. Con esta investigación se puso en evidencia que el bajo nivel de visibilidad del trabajo de las mujeres en la prensa actual no se corresponde con los cambios sociales y las modificaciones normativas más recientes que afectan a la equidad entre mujeres y hombres. A su vez, se constató que en los textos periodísticos analizados se da una ausencia casi total de referencias a la necesidad de generar un debate social sobre la situación del empleo de las mujeres: la precariedad, la conciliación, la doble jornada de trabajo y la igualdad de oportunidades, que incluya diferentes protagonistas individuales y colectivos y a las propias involucradas.

Asimismo, se pudo constatar que las noticias analizadas en ambos diarios gozan de credibilidad y validez informativa porque están legitimadas racionalmente por los profesionales y los medios que las elaboran. Y esta legitimidad se completa con la aportada por el público lector, construyendo un medio de referencia dominante como señala Bueno Abad (1996) cuando afirma que la preferencia por los medios impresos nos “indica que la prensa diaria denota, en nuestro contexto, que este medio cumple todavía una función de estatus y de diferenciación de rol, ya que se asocia con los intereses masculinos” (p 16).

De ahí que se puede concluir que esta racionalidad invisibiliza, diariamente, los cambios producidos en la realidad del trabajo de las mujeres, ofreciendo una imagen reduccionista y parcial que diluye la capacidad de reconocer y valorar como significativa a la diversidad de mujeres que trabajan y cumplen diferentes roles en la sociedad y cuyas actuaciones repercuten sobre el conjunto de la ciudadanía.

De este estudio se desprende también que, a pesar de contar con los instrumentos legales y tecnológicos para revertir o al menos modificar esta situación, en los medios de comunicación no existe una representación equitativa y un acceso igualitario de todos los miembros de la sociedad. Esto permite insistir en la necesidad de hacer un reconocimiento de las mujeres, sacarlas de la invisibilización y convertirlas en agentes productoras y



merecedoras de políticas públicas destinadas a conseguir una verdadera equidad social material y simbólica que vaya más allá de los postulados normativos.

La significativa ausencia de noticias protagonizadas por mujeres se traduce en el hecho de que un gran número de personas presenten pocas o ninguna mención en el conjunto de la publicación. Esto indica lo que se considera más significativo o insignificante a la hora de construir el texto periodístico, y también, lo que es mejor valorado. A su vez, da cuenta de la construcción del orden del discurso androcéntrico que incluye a unos determinados personajes, a los que no es necesario describir ni caracterizar, ya que forman parte de “lo que debe ser” más enfocado y más significativo.

A partir de esta investigación, se puede afirmar que la evolución hacia una sociedad justa e igualitaria, basada en

la participación real de toda la ciudadanía en los escenarios de poder político, económico y social, depende de la supresión de las disparidades y obstáculos que limitan el empleo y la evolución profesional de las mujeres, así como de la eliminación de su exclusión o su presencia estereotipada en los medios de comunicación.

Por último, es importante recalcar que estas reflexiones conllevan un análisis crítico del discurso informativo, que no se reduce solamente a analizar lo que se dice, sino –como señala Natividad Abril (1995)– también tiene en cuenta aquellos acontecimientos y actuaciones protagonizados por las mujeres que se silencian, que no se publican ni se difunden, se “omiten o son condenados al silencio y al ostracismo”, por no responder al denominado “interés periodístico” imperante en las redacciones.

## REFERENCIAS

- Abril Vargas, N. (et al.) (1995). La categoría sexo/género en la construcción del discurso periodístico. En *Las mujeres en la opinión pública*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Braudel, F. (1992). *La historia y las ciencias sociales*. México: Alianza Editorial.
- Bueno Abad, J. (Dir.) (1996), *Estudio longitudinal de la presencia de la mujer en los medios de comunicación de prensa escrita*, Valencia: Nau llibres.
- Collier, J. and Yanagisako, S. (Eds.) (1987). *Gender and kinship. Essays toward a unified analysis*. Stanford: University Press.
- Davies, K., Dickey, J. and Stratford, T. (Eds.) (1987). *Out of focus. Writings on women and the media*. London: The Women's Press.
- Gramsci, A. (1986). *El materialismo histórico y la filosofía de Benedetto Croce*. México: Juan Pablo Editores.
- Izquierdo, M. J. (1998). *El malestar en la desigualdad*, Madrid: Cátedra, serie Feminismos.
- Maquieira, V. and Vara, M. J. (Eds.) (1997). *Género, clase y etnia en los nuevos procesos de globalización*. Madrid: Ediciones de la UAM.
- Moreno Sardà, A. (1986). *El arquetipo viril protagonista de la historia. Ejercicios de lectura no-androcéntrica*. Barcelona: Ediciones La Sal.
- Moreno Sardà, A. (1988). *La otra “política” de Aristóteles. Cultura de masas y divulgación del arquetipo viril*. Barcelona: Editorial Icaria.
- Moreno Sardà, A. (1998) *La mirada informativa*, Barcelona: Bosch.
- Moreno Sardà, A. (2004). La representación de las relaciones entre mujeres y hombres y del recambio generacional en la prensa, de 1974 a 2004. Memoria final de Investigación. Proyecto I+D+I N°7/01. Bellaterra: Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Moreno Sardà, A., Rovetto, F. y Buitrago, A. (2007), *¿De quién hablan las noticias? Guía para humanizar la información*. Barcelona: Icaria.

- Moreno Sardà, A., Simelio, N., Rovetto, F. y Buitrago, A. (2007), La representación del trabajo de las mujeres en la prensa española. *Revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. 13, Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Rovetto, F. (2006). *La representación del trabajo de las mujeres en la prensa*. (Tesina de Doctorado, Departamento de Periodismo, Universidad Autónoma de Barcelona). Barcelona: Bellaterra.
- Rovetto, F. (2010), *La representación del trabajo de las mujeres en la prensa: Análisis comparativo y cualitativo de la información de actualidad*. (Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona). Barcelona: Bellaterra.
- Simelio N. (2006) *Prensa de información general durante la transición política española (1974-1984): pervivencias y cambios en la representación de las relaciones sociales*. (Tesis Doctoral, Departamento de Periodismo, UAB). Barcelona: Bellaterra.
- Stimpson, C. (1999). ¿Qué estoy haciendo cuando hago estudios de mujeres en los años 90? En Navarro, M. y Stimpson, C. (Comp), *¿Qué son los estudios de mujeres?* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia. Ensayo sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Vargas Carrillo, M<sup>a</sup> S. (2006). *Estilos de vida, ética y estética en los suplementos dominicales de los diarios ABC, La Vanguardia y El País (1974-2004)*. (Tesis doctoral). Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona.

**Florencia Rovetto** es Doctora en Periodismo y Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) / Máster en Comunicación y Educación por la UAB / Docente e Investigadora de CONICET / Profesora Facultad de Ciencia Política y RR II de la Universidad Nacional de Rosario (UNR) / Otros trabajos de investigación: "La representación del trabajo de las mujeres en los medios de comunicación: de la marginación a la utilización de Internet2 para la participación en la construcción de conocimiento y evaluación de políticas públicas", con financiación del Instituto de la Mujer de España (UAB) y "Nuevas identidades y precarización laboral: mujeres y varones redefiniendo sus relaciones de género", con financiación de la Secretaría de Ciencia y Técnica (UNR).