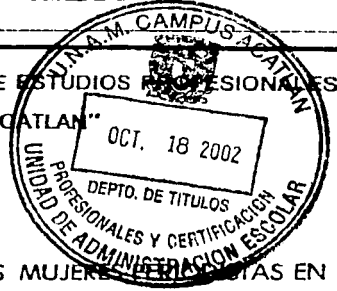


69



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
"ACATLAN"



LA PARTICIPACION DE LAS MUJERES EN LAS ACTIVIDADES EN LA
CONDUCCION DE NOTICIARIOS DE TELEVISION
HOMBRE- MUJER DE LA CIUDAD DE MEXICO

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
**LICENCIADA EN PERIODISMO
Y COMUNICACION COLECTIVA**
P R E S E N T A
AIDA LEIDI RIVERA SOLIS

ASESORA: MTRA. HORTENSIA MORENO ESPARZA



ACATLAN, EDO. DE MEXICO

OCTUBRE DE 2002

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

PAGINACION DISCONTINUA

Dedicado a:

Mi mamá y mi abuelita (mis niñas), porque sé que es importante para ustedes. Gracias por TODO...

Mi familia, especialmente a mi tía Praceli y mi tío Alfredo porque he contado con su apoyo siempre.

Amor, gracias por estar conmigo, ayudarme y, sobre todo, tenerme paciencia.

Kortencia, te agradezco tu tiempo y disponibilidad. Conocerle ha sido una de las cosas más interesantes que me han ocurrido.

Jenny y Enrique por compartir tantos momentos interesantes y estar ahí para orientarme.

Los y las profesores que con sus observaciones como jurado, enriquecieron el contenido y claridad de este trabajo, así como por su accesibilidad en este proceso tan largo.

Gracias.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	i
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	xiii
EL ANÁLISIS SOCIAL DEL DISCURSO.....	xxii
CAPÍTULO 1	
LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CIUDAD DE MÉXICO	
ORIGEN Y DESARROLLO DE LA INDUSTRIA CULTURAL EN MÉXICO.....	2
PANORAMA INFORMATIVO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO.....	7
LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO REPRODUCTORES DE LA INEQUIDAD DE GÉNERO.....	12
CAPÍTULO 2	
LA MUJER EN EL PERIODISMO	
LAS PRIMERAS PERIODISTAS.....	24
INCORPORACIÓN DE LA MUJER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	30
LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS PERIODISTAS.....	36
PRESENCIA DE LAS MUJERES EN PUESTOS DE DECISIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO.....	41
PRENSA.....	43
TELEVISIÓN.....	47
RADIO.....	48

CAPÍTULO 3

GÉNERO Y LENGUAJE

EL MASCULINO COMO GENÉRICO.....	50
LENGUAJE Y DISCRIMINACIÓN SEXUAL.....	55
CÓMO HABLAN LAS MUJERES.....	57
ALTERNATIVAS PARA UN USO NO SEXISTA DEL LENGUAJE.....	62

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS DEL DISCURSO Y GÉNERO EN LOS NOTICIARIOS DE TELEVISIÓN

ANTECEDENTES.....	64
COMPOSICIÓN JERÁRQUICA DE LOS NOTICIARIOS TELEVISIVOS.....	69
TELEvisa.....	69
TELEVISIÓN AZTECA.....	70
CNI CANAL 40.....	71
ESTRUCTURA DE LOS NOTICIARIOS TELEVISIVOS.....	73
EL DISCURSO DE LOS NOTICIARIOS TELEVISIVOS.....	82
CUADROS DE ANÁLISIS DE LOS NOTICIARIOS DE TELEVISIÓN.....	86
INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	91
CONCLUSIÓN.....	107
ANEXO: ENTREVISTAS A LAS CONDUCTORAS DE LOS NOTICIARIOS DE TELEVISIÓN.....	111
BIBLIOGRAFÍA.....	142
HEMEROGRAFÍA.....	146
REFERENCIAS ELECTRÓNICAS.....	148

INTRODUCCIÓN

De acuerdo con datos de 1995, de los 91.2 millones de personas que habitan el territorio nacional, 50.7% son mujeres y 49.3% hombres. En lo que se refiere al nivel educativo, en la última década la matrícula de licenciatura universitaria y tecnológica se incrementó para ambos sexos; sin embargo para las mujeres el aumento es más significativo, 62.6%. Cabe señalar los datos en las distintas áreas de estudio, en humanidades, área donde se inscribe la licenciatura de Periodismo y Comunicación Colectiva, para 1998 había 18 608 hombres por 33 406 mujeres en esta área de estudio. Lo mismo vale para los estudios de posgrado, ya que en 1998 equivalla a 10 589 hombres por 12 656 mujeres.¹

Específicamente en la Universidad Nacional Autónoma de México, la matrícula en la carrera de Ciencias de la Comunicación o Periodismo y Comunicación Colectiva indica que la mayor parte del alumnado está constituida por mujeres; de acuerdo con los datos obtenidos en la Agenda Estadística 1999, de la Dirección General de Estadística y Desarrollo Institucional de la Universidad Nacional Autónoma de México se desprende la siguiente información:

En el periodo 1998-1999 en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 72% del alumnado de primer ingreso estaba constituido por mujeres, las cuales constituyen 64.5% de los egresados y 71% de quienes realizan exámenes profesionales.

En ese mismo periodo, en la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán, en primer ingreso 61.7% de los estudiantes de comunicación eran mujeres, las cuales constituyen 64% de los egresados y 73% de quienes realizan exámenes profesionales

En la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón, en primer ingreso 62% de la matrícula de la carrera de comunicación estaba constituida por mujeres, quienes además representan 64% de egresados y 65% de los estudiantes que presentan exámenes profesionales.

¹ *Mujeres y Hombres en México*. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. Publicación anual. 2000, cuarta edición, pp. 3, 113, 116.

Es decir, en la UNAM dos de cada tres estudiantes de comunicación son mujeres. Sin embargo, que hoy en día estén mejor preparadas y tengan una mayor participación en los medios no implica igualdad de salarios ni igualdad de oportunidades para acceder a puestos directivos, ni algún cambio sustantivo en el contenido de los mensajes transmitidos a través de los medios.

Y es con base en estos datos que surgen las preguntas que dan origen a esta investigación y se refieren a ¿qué función desempeñan en el mercado laboral las egresadas de la licenciatura en comunicación?, ¿qué lugares ocupan dentro de la estructura jerárquica de los medios de comunicación?, ¿han contribuido a generar cambios en los contenidos de los medios respecto a la equidad de género o son ellas mismas reproductoras de estereotipos?

De esta forma, se pretende analizar si el incremento de las mujeres en la carrera de comunicación, así como su participación en la conducción de noticiarios televisivos, ha contribuido a generar una proyección equitativa de las mujeres en los contenidos de los programas, así como ofrecer un panorama general de su presencia en puestos de decisión en los medios de comunicación de la ciudad de México, que a partir de las áreas de mayor presencia femenina, permita conocer la visión de las periodistas sobre los temas relacionados con las mujeres e identificar si son ellas reproductoras de la inequidad de género en la utilización del lenguaje.

Es indudable que los medios de comunicación juegan un papel trascendental en la sociedad moderna, dado que constituyen un importante instrumento en la educación formal e informal, a partir de la cual se conforma, en el contenido y la forma de los mensajes, la idea de lo masculino y lo femenino.

Hasta hace sólo unas décadas se consideraba a los medios de comunicación como un "reflejo" de la sociedad, pero más que ser un reflejo, los medios contribuyen en la construcción de nuestra identidad social, la gente se forma una opinión sobre lo que pasa de acuerdo con lo que los medios informan; de hecho, resulta difícil establecer diferencias entre la "realidad" y la realidad reconstruida por los medios.

Como señalan en el *Abc de un periodismo no sexista*, "Los medios ordenan sistemáticamente cuáles son los sucesos que se consideran noticia y los que no lo son con base en los paradigmas existentes en la sociedad sobre el ordenamiento de los eventos históricos. De esta forma, las mujeres han sido invisibilizadas de la historia, así

como de los medios y no es que no estén presentes sino que están excluidas de la cobertura y redacción periodística que da cuenta de estos eventos".²

No obstante que muchas veces se da la impresión de que hay una "presencia" de los temas que atañen a las mujeres en los medios, es importante no perder de vista la forma como son tratados, es decir, quién protagoniza la nota, cómo se están produciendo los discursos y utilizando el lenguaje, ya que la relación entre lenguaje y diferencia sexual constituye una herramienta que crea un conjunto de representaciones sobre la base de la diferencia sexual en la que se distorsiona y excluye tanto de la participación como de la producción de las ideas a una mayoría: las mujeres.

En este sentido, la investigación sobre la comunicación masiva resulta fundamental porque "constituye uno de los sitios de las luchas por la interpretación legítima de la realidad social ya que, según Bourdieu, la posibilidad de producir y hacer reconocer ciertas interpretaciones del mundo como si fueran las únicas posibles es "poder simbólico", cuya base reside en el uso legitimado de tales interpretaciones (...) los medios poseen ese poder y de ahí su capacidad de contribuir al cambio social o ser un obstáculo".³

Esta investigación pretende abordar, desde la perspectiva de las periodistas, una visión sobre los asuntos de género y lo que las mujeres hacen o pueden hacer al respecto, ya que muchos de los estudios anteriores en este rubro se han enfocado sobre todo hacia la imagen de las mujeres proyectada en los medios y no hacia su participación como productoras de mensajes.

Para tal efecto, se partió de una sistematización estadística sobre medios de comunicación basada en datos de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), Sindicatos de Radio y Televisión, organizaciones editoriales, periódicos y empresas de comunicación como televisoras y radiodifusoras, principalmente por medio de sus páginas de Internet, que ofrecieran un panorama sobre la presencia de las mujeres en los medios de comunicación.

² Norma Valle, Bertha Hiriart y Ana María Amado. *El abc de un periodismo no sexista*. Santiago de Chile. Fempress, 1996.

³ Sofia Montenegro. *Los medios y la revolución simbólica pendiente*. Trabajo presentado en el Seminario Latinoamericano Estudios e Investigación sobre Mujer y Género en América Latina y El Caribe, realizado del 29 al 31 de enero de 1997 en la Universidad Centroamericana en Managua, Nicaragua, p. 1.

Como la información en este sentido fue muy escasa porque no está disgregada por sexo o simplemente porque se considera información confidencial de cada empresa, se recurrió a los directorios y organigramas de cada medio (prensa, radio y televisión) a fin de obtener un panorama sobre el lugar que ocupan las mujeres en puestos de decisión, para de esta forma establecer su presencia y porcentaje de participación.

Una vez que se definió que la investigación se centraría en las conductoras de noticiarios de televisión, dado que es uno de los medios de mayor penetración y principal formador de opinión pública, se procedió a establecer su participación en noticiarios conducidos por un hombre y una mujer en los canales de televisión abierta con sede en la ciudad de México, ya que esto sugiere a primera vista una imagen de cierta equidad. Los noticiarios seleccionados fueron:

- Primero Noticias

Canal 2, Televisa

Conducción: Lourdes Ramos y Jorge Berry

Horario de transmisión: lunes a viernes de 6 a 9 am.

Duración: 3 horas.

- Noticiero Televisa

Canal 9

Conducción: Adela Micha y Leonardo Kourchenko

Horario de transmisión: lunes a viernes de 8:30 a 9:00 pm.

Duración: 30 minutos

- Hechos de la mañana

Canal 13, Televisión Azteca

Conducción: Ana María Lomelí y Ramón Fregoso

Horario de transmisión: lunes a viernes de 6 a 9 am.

Duración: 3 horas.

- *Hechos del 7*

Canal 7, Televisión Azteca

Conducción: Lilly Téllez y Pablo Latapí

Horario de transmisión: lunes a viernes de 9:00 a 9:30 pm.

Duración: 30 minutos.

- *CNI Noticias*

CNI, Canal 40

Conducción: Denisse Maerker y Ciro Gómez Leyva.

Horario de transmisión: lunes a viernes de 10 a 11 pm.

Duración: 1 hora

Los criterios para la selección de estos programas fueron que son conducidos por un hombre y una mujer (periodistas), su formato corresponde al género Informativo, e incluyen frecuentemente opiniones y son transmitidos de lunes a viernes en canales de cobertura nacional en horas de fuerte audiencia. No obstante, cabe mencionar que dichos programas están sujetos a una temporalidad que cambia constantemente en la televisión, por lo que no se pudo hacer generalización alguna a partir de su existencia.

La perspectiva para el análisis de los noticiarios obedece primordialmente a criterios cuantitativos que permitan establecer de manera objetiva la participación de las mujeres en los medios y la presencia o ausencia de temas relacionados con la condición femenina, ya que un análisis de tipo cualitativo tendría que ser aun más específico y desarrollarse en otra investigación. Sin embargo, se realizó un sondeo en los noticiarios de televisión aplicando la técnica de análisis del discurso con un enfoque de género.

De la perspectiva de género se puede decir a grandes rasgos que surgió en la segunda mitad del siglo XX, específicamente en la década de los setenta; durante el auge del movimiento feminista, donde empezó a ser utilizada por académicas norteamericanas, principalmente en las ciencias sociales, como categoría de análisis que ubica en el orden simbólico lo que determina la diferencia entre los sexos y lo separa de lo biológico.

No obstante, Mary Dietz⁴ señala que fue Simone de Beauvoir en 1949 al afirmar que "una no nace, sino que se hace mujer", quien realiza la primera declaración célebre sobre el género en *El Segundo Sexo*, un texto clásico en lo que se refiere a la condición social de las mujeres.

Actualmente su utilización es complicada; de acuerdo con Marta Lamas, una dificultad inicial para emplear la categoría género es que el término anglosajón *gender* no corresponde totalmente con género en castellano: en inglés tiene una acepción que apunta directamente a los sexos, mientras que en castellano se refiere a la clase, especie o tipo a la que pertenecen las cosas, a un grupo taxonómico, a los artículos o mercancías que son objeto de comercio y a la tela.

Sin embargo se reconocen dos géneros: el femenino y el masculino, en donde el género se constituye en la relación entre lo biológico: el sexo (genético, hormonal y gonádico), lo psíquico (los procesos y estructuras conscientes e inconscientes que estructuran intelectual y afectivamente a los sujetos), lo social (la organización de la vida colectiva, las instituciones y las relaciones entre los individuos y los grupos), y lo cultural (concepciones, valores, normas, mitos, ritos, tradiciones), que definen, marcan y controlan las relaciones entre los individuos y los grupos, por lo que el género es un proceso histórico que define el conjunto de maneras aceptadas históricamente de ser mujer u hombre en cada época, sociedad y cultura.⁵

Entonces, se puede entender el uso de la categoría género al referirse a la simbolización que cada cultura elabora sobre la diferencia sexual, estableciendo normas y expectativas sociales sobre la conducta y los atributos de las personas en función de sus cuerpos.

Ahora bien, teniendo en cuenta este concepto, vemos que se vincula directamente con el discurso, ya que éste, como práctica social, se refiere a cómo las formas lingüísticas se ponen en funcionamiento para construir formas de comunicación y de representación del mundo, las cuales ayudan tanto a mantener y a reproducir el *statu quo* social, como a transformarlo.⁶

⁴ Citada por Marta Lamas en *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual*. Colección Las Ciencias Sociales, estudios de Género, México, PUEG-Miguel Ángel Porrúa, 1996, p. 9.

⁵ Daniel Cazés; *La perspectiva de género*, México, Conapo, 1998, p. 92

⁶ Helena Calsamaglia, et al., *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*, Barcelona, Ariel Lingüística, 1999, p. 15.

Asimismo, el discurso es también un fenómeno práctico, social y cultural, que participa activamente en la reproducción de muchas formas de dominación y desigualdad como las de clase, nacionalidad, género, etc.

El estudio académico del discurso se inicia a finales de los años sesenta y comienzos de los setenta como un campo de estudio nuevo e interdisciplinario que toma en cuenta el contexto. Se tomó como referencia principalmente la obra de Teun A. Van Dijk, debido a su amplia experiencia y conocimiento dentro del área de los estudios del discurso y sobre todo lo referente a cuestiones sociales y su vinculación con el abuso del poder en la sociedad, ya que ofrece una perspectiva de análisis muy útil y acorde con los objetivos de este trabajo.

Debido a que dentro de la investigación un aspecto básico y determinante en la explicación de la situación de las comunicadoras en nuestro país, y su capacidad de participar en la toma de decisiones en los medios, se vincula directamente con el concepto de poder, su significación social y cultural, es importante abordar lo trabajado desde la perspectiva de género en este sentido, lo cual permitirá descifrar en un contexto más amplio la construcción jerárquica de la sociedad y sus implicaciones específicas en el terreno de los medios de comunicación de masas.

Para comenzar, se tomará como base la definición de Joan W. Scott sobre la relación que hay entre género y poder, de la cual señala: "el género es el campo primario dentro del cual o por medio del cual se articula el poder",⁷ que no es el único, pero sí ha constituido una forma persistente y recurrente de facilitar la significación del poder.

Asimismo, para John B. Thompson,⁸ el poder, analizado en el plano de un campo o una institución, es la capacidad que faculta o habilita a algunos individuos para tomar decisiones, seguir objetivos o realizar intereses.

De tal forma, retomando a Van Dijk, el concepto explicativo que se utiliza para definir el poder social es el de control, control de la acción, lo que presupone el control del discurso público, posible sólo mediante formas especiales de acceso, que a su vez pueden basarse en recursos de poder políticos, económicos, sociales o académicos

⁷ "El género: útil para el análisis histórico", en *Historia y género: las mujeres en la Europa moderna y contemporánea*, Valencia, Alfons El Magranim, p.42.

⁸ *Ideología y cultura moderna*, 2ª. ed., México, UAM Xochimilco, 1998, p. 225.

(posición, propiedad, ingresos, conocimiento, etc.). De esta manera, las diversas elites de poder controlan el acceso a muchos tipos de discursos públicos, por ejemplo en la política, los medios de comunicación, la educación, etc.

Entonces puede decirse que el análisis del discurso es un instrumento que permite entender las prácticas discursivas que se producen en todas las esferas de la vida social en las que el uso de la palabra –oral y escrita– forman parte de las actividades que en ellas se desarrollan. Así, a partir de lo mencionado anteriormente sobre sus implicaciones sociales, su relación con el poder a partir del acceso o no al discurso público, etc., se demuestra que es perfectamente aplicable al estudio de los medios de comunicación de masas, donde estos elementos interactúan de formas tan diversas y complejas que generan consecuencias directas a nivel social principalmente por su alcance e influencia en la población.

La presente investigación se desarrolla en cuatro capítulos que de lo general a lo particular buscan introducir al lector/lectora en el panorama actual de los medios de comunicación masiva en la ciudad de México y en la situación y características de las mujeres trabajadoras, específicamente las de los medios de información.

El primer capítulo, denominado *Los medios de comunicación en la ciudad de México*, tuvo como objetivo ofrecer una visión general de los medios de comunicación masiva y de la industria cultural en su conjunto para entender a grandes rasgos bajo qué criterios se rige y cómo está estructurada.

Este capítulo está integrado por una breve introducción sobre el origen y desarrollo de la industria cultural en nuestro país, el cual deja ver claramente la forma como fue estructurada, dado que la propiedad de los medios de comunicación está en manos de unas cuantas familias, con lo que existe un poder oligopólico que controla los mensajes que se transmiten al tiempo que es poca la presencia femenina en la dirección de los medios, ya que sólo Canal 11⁹ y *La Jornada* son dirigidos por mujeres.

Posteriormente se ofrece un panorama de los informativos en radio, prensa y televisión con el objetivo de identificar la presencia y participación femeninas en la producción de la información noticiosa.

⁹ Actualmente Canal 11 está dirigido por Julio Di-Bella Roldán, lo cual no necesariamente es negativo ya que el contenido de su programación es de las mejores y la más equitativa en cuanto a género se refiere.

Finalmente se aborda el papel de los medios como reproductores de la inequidad de género, esto a partir de su programación habitual, así como por la forma de abordar los temas relacionados con las mujeres en donde las noticias otorgan una atención mínima a las acciones negativas ejercidas contra las mujeres (como la violación), o incluso sitúa estas acciones en un marco sensacionalista o sexista, en donde la opinión de las mujeres como especialistas no es tomada en cuenta, con lo que el dominio masculino en los medios de comunicación reproduce el dominio masculino en toda la sociedad.

En este punto es importante reafirmar que el objetivo de la investigación no es determinar cómo son tratados los temas referentes a las mujeres en los medios (aunque es un aspecto importante, pero que ha sido abordado ya en otros trabajos), sino conocer el trabajo y aportes a las cuestiones de género de las mujeres como comunicadoras, especialmente de las conductoras de los noticiarios televisivos por la posición de visibilidad e influencia que tienen posibilidad de ejercer en la opinión pública.

El segundo capítulo, *La mujer en el periodismo*, se hizo con el propósito de ofrecer un breve recorrido histórico de la participación de las mujeres como escritoras, de su papel en el ejercicio y difusión de su palabra, ya que como se observará posteriormente, éste no fue un camino fácil de recorrer debido al contexto sociocultural en el que se desarrollaron.

Sin embargo, su presencia es definitiva, en algunos momentos más o menos constante, sobre todo a partir del último cuarto del siglo XX, en donde se desarrollaron procesos expansivos de participación y generación de oportunidades para las mujeres que tienen que ver principalmente con su presencia continua y ascendente en el mundo laboral, reforzados por una serie de cambios sociodemográficos: el mayor acceso a la educación, la reducción de la fecundidad, la prolongación del promedio de vida, cambios que han ayudado a diversificar los proyectos de vida de las mujeres, quienes tienen hoy otros espacios de desarrollo personal que, si bien coexisten con los roles más tradicionales, crean nuevas formas de relación con el entorno natural y cultural.¹⁰

¹⁰ Natacha Molina, "Las mujeres en la construcción de la igualdad y la ciudadanía en América latina", La Ventana, U. de G., en www.udg.mx/laventana.

Asimismo, llevé a cabo un pequeño estudio sobre la presencia de las mujeres en puestos de decisión en los medios de comunicación de la ciudad de México en prensa, radio y televisión, del cual resultó un comparativo contundente que muestra la inequidad numérica en la distribución de los puestos en los medios, lo cual se presume como una de las razones del tratamiento inequitativo de los asuntos de género en los medios; no obstante, esta aseveración no es contundente, ya que la presencia de mujeres en determinadas áreas no significa que posean una visión incluyente y equitativa, puesto que muchas veces son ellas quienes más defienden y reproducen los estereotipos de género.

El capítulo tercero titulado *Género y Lenguaje*, ofrece un recorrido por las diversas tendencias y propuestas académicas generadas a partir de la década de los setenta en torno al estudio del sexismo en el lenguaje y sus repercusiones sociales; considerando su importancia en la transmisión de valores y representaciones.

Dicha situación no puede entenderse si no se inscribe en un contexto más amplio y se toman en cuenta los factores sociohistóricos que han determinado la condición de las mujeres, así como su participación en la formación del sistema de ideas, ya que como puede observarse en el desarrollo del presente apartado, desde tiempos inmemorables y bajo diversas justificaciones (religiosas, culturales, "naturales", etc.) se ha relegado a las mujeres al silencio y a la no participación o la participación limitada, ubicándolas en un mundo restringido a lo privado, por lo tanto, poco valorado, pero que debe ser reconocido como parte de la actividad humana.

Finalmente, se proponen algunas alternativas en la utilización de un lenguaje no-sexista que contribuya a generar una visión equitativa de las mujeres en la sociedad, tanto en el uso cotidiano como a partir de los medios de comunicación; lo cual resulta especialmente importante, pues no es discriminatorio sólo lo que se dice, sino que muchas veces tiene más relevancia lo que no se nombra, y en este sentido, la participación de las mujeres en los medios, ya sea como productoras de mensajes o sujetos de la información, tiene rezagos de este aprendizaje del lenguaje y del comportamiento verbal diferenciado en ambos sexos.

En el cuarto capítulo titulado *Análisis del discurso y género en los noticiarios de televisión*, se presenta una visión general de los noticiarios de televisión, sus antecedentes, estructura y discurso, en donde se brinda un recorrido desde los inicios de los noticiarios televisivos en México a la par del desarrollo y posicionamiento de la televisión como medio de información y formación de una visión de la realidad.

Este recorrido toma en cuenta la participación de las mujeres en este medio, presencia que en sus inicios estuvo caracterizada básicamente por una agradable presencia física y una participación marginal.

Se analiza la distribución jerárquica de los puestos dentro del área de noticias de las televisoras para conocer el nivel de participación de las mujeres en la toma de decisiones y en la elaboración de los mensajes, lo cual se vincula directamente con el discurso manejado en los medios que obedece a una lógica patriarcal hegemónica sobre lo que es considerado noticia, que además reproduce valores y formas de ver el mundo que no consideran a las mujeres, las minorías étnicas, la infancia, los adultos mayores, etcétera, quienes quedan fuera del discurso de los medios y por lo tanto muchas veces del discurso social.

También se describen a grandes rasgos las características de la estructura de los noticiarios televisivos, la cual básicamente es la misma en todo el mundo, pues sigue el modelo de Estados Unidos, y está conformada a partir de los mismos elementos que establecen una retórica de la información noticiosa.

Posteriormente se lleva a cabo el análisis de los noticiarios seleccionados que fueron grabados en formato VHS durante la semana del 14 al 18 de mayo de 2001 en su horario habitual, donde cabe mencionar el Noticiario Hechos del siete, que dos días (el 17 y 18 de mayo) por la transmisión de partidos de fútbol, cambió su horario y no pudo ser grabado.

Los aspectos que fueron considerados en el análisis de los noticiarios giraron en torno a tópicos que reflejaran el nivel de participación de las mujeres y los hombres que en ellos colaboran, así como su influencia en el contenido del programa, tales como el tiempo de participación de cada conductor y conductora, el número de reporteras y reporteros responsables de las notas, el número de notas que tienen como protagonistas a mujeres y a hombres, quién conduce las entrevistas, quiénes son entrevistados, y en general la presencia o ausencia de determinados temas.

Como anexo se incluyen las entrevistas realizadas a las conductoras de los noticiarios seleccionados, para lo que se diseñó un cuestionario con 17 preguntas abiertas a fin de tener parámetros comunes a la hora de entrevistarlas, así como conocer si la temática de género les es familiar.

Asimismo, cabe mencionar que el tiempo rebasó la realización de esta investigación y cambiaron las condiciones de la televisión en el área de noticias, por ejemplo en Televisión Azteca de mayo a noviembre de 2001 todos los noticiarios, incluso el nocturno, con la participación de Rosa María de Castro al lado de Javier Alatorre, fueron conducidos por un hombre y una mujer. Canal 11 aumentó su barra de noticias con un noticiario vespertino conducido por Laura Barrera y el noticiario nocturno actualmente está a cargo de Beatriz Pérez Cañedo.

En Televisa también aumentó el número de noticiarios, en el Canal 4 encontramos hoy tres noticiarios; El Mañanero conducido por Víctor Trujillo, un noticiario vespertino conducido por Gretel Luengas y Alejandro Loret de Mola y finalmente Visión AM un noticiario nocturno conducido por Adela Micha, quien dejó la conducción del Noticiero del nueve al lado de Leonardo Kourchenko para dirigir este proyecto, que según su *slogan*, constituye un espacio de información para las mujeres hecho por mujeres, ya que todas las secciones son conducidas por mujeres, incluso la deportiva.

Así, el fenómeno de las comunicaciones constituye una de las mayores revoluciones de todos los tiempos en virtud del impacto e influencia que tiene. Por lo tanto, la ciudadanía debe ejercer un compromiso crítico ante los mensajes que los medios transmiten para así dejar de ser consumidoras/es pasivas/os de noticias. Esto es crucial tratándose de las mujeres, que muy pocas veces se ven reflejadas en esa gran oferta informativa y visual que ofrecen los medios.

De esta forma, la investigación se ha planteado con el propósito de contribuir a generar conocimientos y, por lo tanto, toma de conciencia acerca del rol de los medios y el problema del sexismo.

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

De acuerdo con Marta Lamas¹¹, las desigualdades entre los sexos no se pueden rectificar si no se tienen en cuenta los presupuestos sociales que han impedido la igualdad, especialmente, los efectos que ha generado la división ámbito privado o femenino y ámbito público o masculino. Así, la prolongada situación de marginación de las mujeres, la valoración inferior de los trabajos femeninos, su constante abandono del mercado de trabajo en años esenciales del ciclo de vida, su insuficiente formación profesional, la introyección de un modelo único de feminidad y el hecho de que, en muchos casos, ellas mismas no reconozcan su estatuto de víctimas de la discriminación y por lo tanto contribuyan a su perpetuación, requiere una perspectiva de análisis que tome en cuenta las condicionantes culturales, económicas y sociopolíticas que favorecen la discriminación femenina, condicionantes que no son causadas por la biología, sino por las ideas y prejuicios sociales que están entrelazados en el género.

Y es así que cualquier propuesta que pretenda eliminar o señalar las desigualdades en las relaciones entre hombres y mujeres debe explicar, en principio, el marco desde el cual se piensa el "problema" de las mujeres, es decir, la perspectiva de género.

Uno de los primeros inconvenientes en la utilización de la categoría género o perspectiva de género es que en los años ochenta, y aún en la actualidad, se entiende como referente a la situación de las mujeres, con lo que se convierte en sinónimo de mujer o perspectiva del sexo femenino perdiendo su sentido real.

En este sentido, es importante señalar que el género afecta tanto a hombres como a mujeres, que la definición de feminidad se hace en contraste con la de masculinidad, por lo que género se refiere a aquellas áreas —tanto estructurales como ideológicas— que comprenden las relaciones entre los sexos.

¹¹ "Por qué es importante la perspectiva de género". *Hablemos de Sexualidad: Lecturas*. Comp. por José A. Aguilar y Beatriz Mayén, México, Conapo- Mexfam, 1992, pp. 243-248.

¿Qué aporta de nuevo la utilización de la categoría género?

En principio lo que básicamente proporciona es una nueva manera de plantearse viejos problemas, en donde se reconsidera la forma de entender o visualizar cuestiones fundamentales de la organización social, económica y política. Además esta categoría permite sacar del terreno de lo biológico lo que determina la diferencia entre los sexos y colocarlo en el terreno simbólico. Asimismo, la categoría género permite delimitar con mayor claridad y precisión cómo la diferencia cobra la dimensión de desigualdad¹².

Carmen Trueba¹³ destaca tres aportaciones fundamentales del género: rompe con las representaciones tradicionales (esencialistas y biologicistas) de las relaciones entre los hombres y las mujeres; amplía nuestros conocimientos acerca de las relaciones de poder entre hombres, mujeres y las mujeres mismas; ajusta la teoría feminista a ciertos cánones de la legitimidad académica. De esta manera se ha abierto paso a los estudios de género desde distintos ámbitos y perspectivas.

De la misma forma, Daniel Cazés¹⁴ señala que cuando se invisibiliza el origen histórico de la desigualdad entre mujeres y hombres, ello puede contribuir a reproducir las condiciones cuya consideración se omite, y a mantener o incrementar la opresión de las mujeres al no verlas ni considerarlas como parte de la sociedad, del desarrollo y de la democracia.

La perspectiva de género surge en la segunda mitad del siglo XX en el ámbito de las ciencias sociales, particularmente de la teoría de género. Responde a la necesidad de abordar de manera integral, histórica y dialéctica, la sexualidad humana y sus implicaciones económicas, políticas, psicológicas y culturales en la vida social de los géneros, es decir, en la organización patriarcal de la sociedad.

La teoría de género no enfoca a mujeres y hombres como seres dados, eternos e inmutables, sino como sujetos históricos, contruidos socialmente, producto de la organización de género dominante en la sociedad. Esta teoría ubica a las mujeres y a

¹² Marta Lamas, "La antropología feminista y la categoría género", *Nueva Antropología*, Vol. VIII, núm. 30, México, 1986, pp. 189-190.

¹³ "La identidad de género. Un debate interdisciplinario". (Conferencia), noviembre de 1993, XIII Congreso Internacional de Ciencias Antropológicas y Etnológicas, México, D.F., p. 22.

¹⁴ *La perspectiva de género*, México, Conapo, 1998, pp. 50-51.

los hombres en su circunstancia histórica; por ello puede dar cuenta de las relaciones de producción y de reproducción social como espacios de construcción de género¹⁵.

Para develar los procesos y las estructuras intrínsecas más sólidas de la opresión, la perspectiva de género se apoya en el materialismo histórico y dialéctico. De esta teoría retoma conceptos y categorías como poder, opresión, explotación, trabajo y condición social, para abordar e interpretar la dinámica histórica de la realidad social. En sus análisis socioculturales desde la óptica de la sexualidad humana, la perspectiva de género centra su atención en las relaciones de poder entre hombres y mujeres para explicar el origen y desarrollo histórico del sexismo, la desigualdad y la opresión¹⁶.

Algunos antecedentes de la categoría de género se encuentran en la antropología, donde la definición de género o de perspectiva de género alude al orden simbólico con que una cultura dada elabora la diferencia sexual¹⁷.

La disciplina que primero utilizó la categoría género para establecer una diferencia con el sexo fue la psicología, en su vertiente médica. John Money la utilizó en 1955 y posteriormente Robert Stoller en 1968 la desarrolló en su estudio de los trastornos de la identidad sexual, donde examinó la falla en la asignación de sexo, ya que las características externas de los genitales se prestaban a confusión, como en el caso de niñas cuyos genitales externos se han masculinizado por un síndrome adrenogenital. Esos casos hicieron suponer a Stoller que lo que determina la identidad y el comportamiento masculino o femenino no es el sexo biológico, sino el hecho de haber vivido desde el nacimiento las experiencias, ritos y costumbres atribuidos a los hombres o a las mujeres. Y concluyó que la asignación o adquisición de una identidad es más importante que la carga genética, hormonal y biológica¹⁸.

El género es una noción que, se plantea desde hace cientos de años, aunque no como tal ya que, coincidiendo con Joan W. Scott¹⁹, está ausente del importante conjunto de las teorías sociales formuladas desde el siglo XVII hasta comienzos del siglo XX. No obstante, algunas de esas teorías construyeron su lógica sobre analogías

¹⁵ *Ibid.*, p. 79.

¹⁶ *Ibid.*, p. 81.

¹⁷ Marta Lamas, Comp. *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual*. Colección Las Ciencias Sociales, Estudios de Género, México, PUEG - Miguel Ángel Porrúa, 1996, p. 332.

¹⁸ Marta Lamas, "Por qué es importante...", pp. 249-250.

¹⁹ "El género: útil para el análisis histórico", en *Historia y género: las mujeres en la Europa moderna y contemporánea*, Valencia, Alfons El Magnanim, p. 42.

a la oposición de hombre y mujer, otras reconocieron una "cuestión de la mujer", y otras más se plantearon la formación de la identidad sexual subjetiva, pero en ningún caso hizo su aparición el género como forma de hablar de los sistemas de relaciones sociales o sexuales.

Es en la década de los setenta, sobre todo durante el auge del movimiento feminista, que empezó a ser utilizada en las ciencias sociales, principalmente por académicas norteamericanas, como categoría de análisis con una acepción específica, la cual pretendía diferenciar las construcciones sociales y culturales de la biología. Así, para Marta Lamas, el uso de la categoría género llevó al reconocimiento de una variedad de formas de interpretación, simbolización y organización de las diferencias sexuales en las relaciones sociales y perfiló una crítica a la existencia de una esencia femenina.

Mary Dietz²⁰ señala que fue Simone de Beauvoir en 1949 al afirmar que "una no nace, sino que se hace mujer", quien realiza la primera declaración célebre sobre el género. Simone de Beauvoir, en *El Segundo Sexo*, un texto clásico en lo que se refiere a la condición social de las mujeres, plantea que las características humanas consideradas como "femeninas" son adquiridas por las mujeres mediante un complejo proceso individual y social, en vez de derivarse "naturalmente" de su sexo, con lo que construyó un soporte teórico para interpretar la historia de las mujeres y su presencia protagónica, a partir de una concepción bio-socio-psico-cultural resultante de una visión histórica incluyente y globalizadora sobre la condición femenina²¹.

En México, en las décadas de los setenta y los ochenta, los primeros trabajos realizados en ciencias de la comunicación sobre las mujeres demostraron básicamente interés sobre la idea de que la imagen del hombre y la mujer proyectada en los medios de comunicación contribuía a reproducir los valores sexistas de la sociedad.

Sin embargo, a partir de la década de los noventa, Mercedes Charles afirma que existen dos aspectos básicos a estudiar en esta área: las mujeres como receptoras y las mujeres como emisoras, ya que pueden dar respuesta a cuestiones como la recepción femenina de los mensajes o las similitudes o deferencias entre la recepción masculina y femenina; la forma en que mujeres y hombres llegan a ser productores de

²⁰ Citada por Marta Lamas en *El género: la construcción...*, p. 9.

²¹ Daniel Cazés, *op. cit.*, p. 16.

mensajes o si existe una forma femenina y feminista de enviar mensajes, entre muchas más. Así, asegura, en las ciencias de la comunicación existe un vasto campo para estudiar desde la perspectiva de género cualquier aspecto relacionado con la comunicación.²²

De acuerdo con Marta Lamas, una dificultad inicial para utilizar la categoría género es que el término anglosajón *gender* no corresponde totalmente con género en castellano: en inglés tiene una acepción que apunta directamente a los sexos, mientras que en castellano se refiere a la clase, especie o tipo a la que pertenecen las cosas, a un grupo taxonómico, a los artículos o mercancías que son objeto de comercio y a la tela.

Joan W. Scott²³ distingue cuatro elementos del género:

1. Los símbolos y los mitos culturalmente disponibles que evocan representaciones múltiples.
2. Los conceptos normativos que manifiestan las interpretaciones de los significados de los símbolos. Estos conceptos se expresan en doctrinas religiosas, educativas, científicas, legales y políticas que afirman categóricamente y unívocamente el significado de varón y mujer, masculino y femenino.
3. Las instituciones y organizaciones sociales de las relaciones de género: el sistema de parentesco, la familia, el mercado de trabajo segregado por sexos, las instituciones educativas y la política.
4. La identidad genérica subjetiva, la cual se constituye básicamente a partir de una serie de actividades, organizaciones sociales y representaciones culturales históricamente específicas.

A partir de la definición de estos elementos señalados por Scott puede observarse de una u otra forma la relación que tienen con los contenidos difundidos por los medios de comunicación, con su estructura jerárquica y con la participación e influencia de éstos en la construcción y reproducción de los papeles de género.

²² Mercedes Charles, "Un cambio en la concepción de la relación mujeres/medios de comunicación", *fem.*, núm. 106, octubre de 1991, pp. 11-13.

²³ *Op. cit.*, pp. 45-46.

Así queda de manifiesto que si bien las diferencias sexuales son la base sobre la cual se asienta una determinada distribución de papeles sociales, esta asignación no se desprende "naturalmente" de la biología, sino que es un hecho social²⁴.

Una vez precisado qué es el género, lo que sigue es definir una serie de nociones y conceptos vinculados con la perspectiva de género y que serán utilizados a lo largo de la investigación, ya que son los que mejor contextualizan los aspectos abordados en el trabajo.

Los conceptos que a continuación se definen fueron tomados del libro de Daniel Cazés, *La perspectiva de género*, ya que elabora una guía importante sobre el tema que a su vez, sirve de base en la realización de proyectos bajo este enfoque. Asimismo, es importante la compilación que hace de las principales obras en el área de los estudios de género. No obstante, queda abierta la posibilidad de recurrir a otras fuentes que amplíen las nociones de más relevancia para la investigación.

Sexo: La biología reconoce en la especie humana dos sexos: el masculino y el femenino. El sexo presenta tres dimensiones relacionadas entre ellas:

- En su dimensión genética, el sexo se define por la presencia de los cromosomas XX (que definen las características femeninas) o XY (que dan lugar a las masculinas).
- En su dimensión hormonal, el sexo resulta del predominio de estrógenos (hormonas femeninas) o de andrógenos (hormonas masculinas) en la combinación que de unos y otros se presenta en todos los seres humanos.
- En su dimensión gonádica, el sexo se define por la presencia de testículos y pene (genitales masculinos) u ovarios y vulva (genitales femeninos), es decir, por la morfología de los órganos reproductivos internos y de los genitales externos.

Por lo tanto, el sexo es el hecho biológico (fisiológico y anatómico) que marca, de manera diferenciada, la posibilidad de intervención de los individuos, machos o hembras, en la reproducción de la especie. El sexo en sí mismo no tiene implicaciones sociales, culturales ni históricas. Únicamente define la existencia de un ser, no de una persona; de un macho o de una hembra, no de un hombre o de una mujer.

Género: En la sociedad patriarcal se reconocen dos géneros: el femenino y el masculino. El género se constituye en la relación entre lo biológico: el sexo (genético,

²⁴Marta Lamas, "La antropología feminista..." p. 189.

hormonal y gonádico), lo psíquico (los procesos y estructuras conscientes e inconscientes que estructuran intelectual y afectivamente a los sujetos), lo social (la organización de la vida colectiva, las instituciones y las relaciones entre los individuos y los grupos), y lo cultural (concepciones, valores, normas, mitos, ritos, tradiciones), que definen, marcan y controlan las relaciones entre los individuos y los grupos, y también el sentido de sus cambios, por lo que el género es un proceso histórico que define el conjunto de maneras aceptadas históricamente de ser mujer u hombre en cada época, sociedad y cultura.

Patriarcado: Desde la perspectiva de género el patriarcado, cuyo paradigma es el hombre (el ser humano de género masculino), es la organización política, ideológica u jurídica de la sociedad.

Dentro del patriarcado las relaciones de género son desiguales. En ellas, uno de los géneros, el integrado por los hombres, domina al otro, el que forman las mujeres. La vida se estructura en referencia al hombre (los hombres), que es quien tiene el poder de decisión sobre la vida y, con éste, el poder de construir la sociedad, la cultura, la historia, así como de subsumir en este proceso a la mujer (las mujeres). A este proceso de dominio genérico y a las estructuras a que da lugar en la vida cotidiana se le llama patriarcado.

Ideológicamente, en el patriarcado se establece como natural la valoración desigual de los hombres en relación con las mujeres, de esta manera, a partir de la diferenciación bio-sexual de la especie se otorga superioridad a los primeros e inferioridad a las segundas. En ambos casos, se trata de una cuestión de género.

Esa valoración de la diversidad humana, establece y legitima como natural la desigualdad y la opresión plasmadas en la existencia antagónica de los géneros masculinos y femeninos. Desigualdad y opresión definen, marcan y estructuran el sistema patriarcal.

El patriarcado es una ideología, una construcción cultural, cuya práctica divide al mundo en dos: la esfera pública y la esfera privada. En esta partición, a cada sexo se le asigna un ámbito determinado. Lo público, es decir lo laboral, lo político, lo económico,

etc. es de dominio masculino; mientras que lo privado, lo doméstico, las y los hijos, etc., corresponden al mundo femenino²⁵.

Poder patriarcal: Las sociedades patriarcales se distinguen por la distribución desigual del poder ejercido siempre en relaciones de dominio y opresión. En el patriarcado el hombre es el paradigma, por eso los hombres como género tienen el dominio sobre las mujeres, quienes genéricamente son oprimidas.

Sexismo: Es la opresión social fundamentada en la diferencia sexual de las personas. El sexismo permea la totalidad de las relaciones humanas en todos los espacios de la vida (doméstico, comunitario, laboral, institucional.)

El sexismo conforma a tal grado la identidad y mentalidad de las personas, que su presencia sólo puede percibirse en situaciones extremas en que los hechos se tornan violentos. En el mundo patriarcal el sexismo es la herramienta de la autoconstrucción y la autoafirmación enajenadas de los sujetos y de los géneros.

Debido a que dentro de la investigación un aspecto básico y determinante en la explicación de la situación de las comunicadoras en nuestro país, y su capacidad de participar en la toma de decisiones en los medios, se vincula directamente con el concepto de poder, su significación social y cultural, es importante abordar lo trabajado desde la perspectiva de género en este sentido, lo cual permitirá descifrar en un contexto más amplio la construcción jerárquica de la sociedad así como sus implicaciones específicas en el terreno de los medios de comunicación de masas.

Para comenzar, se tomará como base la definición de Joan W. Scott sobre la relación que hay entre género y poder, de la cual señala: "el género es el campo primario dentro del cual o por medio del cual se articula el poder", que no es el único pero sí ha constituido una forma persistente y recurrente de facilitar la significación del poder.

En este sentido puede decirse además, como hace Daniel Cazés, que las normas, las creencias, las costumbres, las acciones y las relaciones basadas en la sexualidad son a su vez espacios de construcción de poderes, de desarrollo, de creación de oportunidades y de alternativas al orden imperante en cada círculo

²⁵ Norma Valle, Bertha Hiriart y Ana María Amado, *El abc de un periodismo no sexista*, Santiago de Chile, Fempress, 1996.

particular. Cada uno de éstos es un complejo espacio de encuentro de diversas normatividades, asignaciones y posibilidades genéricas para cada persona.

Así, la cultura marca a los seres humanos con el género y el género marca la percepción de todo lo demás: lo social, lo político, lo religioso, lo cotidiano. La lógica del género es una lógica de poder, de dominación. Esta lógica es, según Bourdieu²⁶, la forma paradigmática de violencia simbólica, definida como aquella violencia que se ejerce sobre un agente social con su complicidad o consentimiento.

Además señala Lamas, que de acuerdo con Bourdieu el orden social masculino está tan profundamente arraigado que no requiere justificación: Se impone así mismo como autoevidente, es tomado como "natural" gracias al acuerdo que obtiene de, por un lado, estructuras sociales como la organización social de espacio y tiempo y la división social del trabajo, por otro lado, de estructuras cognitivas inscritas en los cuerpos y en las mentes.

Estas estructuras se inscriben mediante el mecanismo básico y universal de la oposición binaria. Los sistemas de género son sistemas binarios que oponen el hombre a la mujer, lo masculino a lo femenino, y esto, por lo general, no en un plan de igualdad sino en un orden jerárquico.

Indudablemente, como señala Marta Lamas, una ventaja de usar género para designar las relaciones sociales entre los sexos es la que plantea Scott: mostrar que no hay un mundo de las mujeres aparte del mundo de los hombres, que la información sobre las mujeres es necesariamente información sobre los hombres. Usar esta concepción de género lleva a rechazar la idea de las esferas separadas.

De esta forma, es importante utilizar la perspectiva de género para describir cómo opera la simbolización de la diferencia sexual en las prácticas, discursos y representaciones culturales, ya que al estudiar los sistemas de género aprendemos que no representan la asignación funcional de papeles sociales biológicamente prescritos, sino un medio de conceptualización cultural y de organización social²⁷.

²⁶ Citado por Marta Lamas, "Usos, dificultades...", pp. 344-346.

²⁷ Marta Lamas, Comp., *El género: la construcción cultural...*, pp. 32, 362.

EL ANÁLISIS SOCIAL DEL DISCURSO

Hablar de discurso es, ante todo, hablar de una práctica social, de una forma de acción entre las personas que se articula a partir del uso lingüístico contextualizado, ya sea oral o escrito. El discurso es parte de la vida social y a la vez un instrumento que crea la vida social. Desde el punto de vista discursivo, hablar o escribir no es otra cosa que construir piezas textuales orientadas a unos fines que se dan en interdependencia con el contexto (lingüístico, local, cognitivo, sociocultural). El discurso se refiere entonces a cómo las formas lingüísticas se ponen en funcionamiento para construir formas de comunicación y de representación del mundo, las cuales ayudan tanto a mantener y a reproducir el *statu quo* social, como a transformarlo.²⁸

De acuerdo con Van Dijk,²⁹ el discurso puede describirse en distintos niveles estructurales, los cuales son explicados por la sintaxis, la semántica, la estilística, la retórica, así como a partir de géneros específicos como la argumentación, la narración y en términos de los procesos cognitivos de producción y comprensión de los mensajes. Sin embargo, el discurso es también un fenómeno práctico, social y cultural, dado que los usuarios del lenguaje que emplean el discurso realizan actos sociales y participan en la interacción social, la cual se ubica en diversos contextos sociales y culturales, en donde el discurso participa activamente en la reproducción de muchas formas de dominación y desigualdad como las de clase, nacionalidad, género, etc.

De esta forma, como miembros de grupos socioculturales, los usuarios de las lenguas forman parte de la compleja red de relaciones de poder y dominación que configuran las estructuras sociales en donde las identidades sociales de las personas se construyen, se mantienen y se cambian a través de los usos discursivos. Así interactúan como mujeres y hombres, negros y blancos, pobres y ricos, etc. y, en la mayoría de los casos, en complejas combinaciones de estos roles e identidades sociales y culturales.

²⁸ Helena Calsamaglia, *et al.*, *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*, Barcelona, Ariel Lingüística, 1999, p. 15.

²⁹ Teun A. Van Dijk, "El discurso como interacción en la sociedad", en *El discurso como interacción social*, Teun A. Van Dijk, Comp., Barcelona, Gedisa, 2000, pp. 20-21.

Así, a finales de los años sesenta y comienzos de los setenta, en el seno de disciplinas de las humanidades y de las ciencias sociales como la lingüística, los estudios literarios, la antropología, la semiótica, la sociología y la comunicación oral, se desarrolla el análisis del discurso como un campo de estudio nuevo e interdisciplinario que más allá de la focalización inicial sobre la lingüística y la gramática se ha ampliado principalmente hacia las ciencias sociales, en donde tanto el texto como el contexto constituyen el campo real de la descripción analítica del discurso.

En este sentido, luego del interés inicial por textos fijos y escritos, se ha observado una atención creciente por los tipos orales, principalmente la conversación diaria. De la misma forma, se ha ampliado a muchos otros géneros como las leyes, el discurso oficial, los libros de texto, las entrevistas, la publicidad y el discurso periodístico, en donde se combinan el monólogo y el diálogo, partes escritas y habladas, y pueden ser géneros más o menos espontáneos, cuyos efectos se vinculan directamente con la sociedad.

Aunque no cabe duda que el discurso es una forma de acción e interacción y por lo tanto es social, según Van Dijk esto implica sólo una pequeña parte de los vínculos entre el discurso y la sociedad, por lo que es preciso analizar, entre otras cosas, nociones como el poder y la ideología debido a su constante presencia dentro del campo de estudio del análisis del discurso, así como por sus implicaciones a nivel social y sobre todo, en esta investigación, que por sus características se enfoca básicamente en esos dos conceptos.

Asimismo es importante señalar que se recurrió principalmente a la obra de Teun A. Van Dijk, debido a su amplia experiencia y conocimiento dentro del área de los estudios del discurso y sobre todo lo referente a cuestiones sociales y su vinculación con el abuso del poder en la sociedad, ya que ofrece una perspectiva de análisis muy útil y acorde con los objetivos de este trabajo.

Para comenzar, cabe señalar que la principal característica del análisis social del discurso es que toma en cuenta el contexto, lo que significa que toma en cuenta los factores del contexto cognitivo y social que, sin que estén necesariamente verbalizados, orientan y determinan su significación.

Esto quiere decir que no se estudia el contexto en sí, sino a partir de su relevancia y significación con respecto al texto. Este contexto puede involucrar parámetros como

los participantes, sus roles y propósitos, además de propiedades de un marco, como el tiempo y el lugar. Sin embargo, la relevancia respecto de estos elementos requiere que en presencia de esos objetos se den propiedades estructurales especiales del habla como un orden de palabras diferente, un estilo diferente, etc.

Entrando de lleno a la conceptualización del poder, Van Dijk afirma que se parte básicamente de la idea de que si alguna característica del contexto y de la sociedad en general tiene efectos sobre el texto y el habla (y viceversa), ésta es el poder. Por lo tanto, si se quieren comprender algunas de las funciones fundamentales del discurso en la interacción y la sociedad, se requiere una mayor comprensión de la naturaleza del poder.

Celia Amorós³⁰ define al poder como la capacidad de incidir sobre el mundo o de afectar lo exterior en mayor medida, o al menos no en menor medida, de lo que uno/a es afectado/a, es decir, es la capacidad de decisión y de incidencia en el exterior.

Para John B. Thompson:

En el sentido más general, poder es la capacidad de actuar para alcanzar los objetivos e intereses que se tienen, lo cual depende de la posición que se ocupa en un campo o una institución. Entonces, el poder, analizado en el plano de un campo o una institución, es la capacidad que faculta o habilita a algunos individuos para tomar decisiones, seguir objetivos o realizar intereses; los habilita de tal manera que, sin la capacidad conferida por la posición que ocupan dentro de un campo o institución, no habrían podido seguir el trayecto relevante.³¹

De tal forma, retomando a Van Dijk, el concepto explicativo que se utiliza para definir el poder social es el de control, control de la acción, lo que presupone el control del discurso público, posible sólo mediante formas especiales de acceso, que a su vez pueden basarse en recursos de poder políticos, económicos, sociales o académicos (posición, propiedad, ingresos, conocimiento, etc.).

³⁰ "Mujeres, feminismo y poder", *Forum de política feminista*, Madrid, 1989, p. 7.

³¹ *Ideología y cultura moderna*, 2ª. ed., México, UAM Xochimilco, 1998, p. 225.

Entonces, el discurso es una realización del poder si presupone el control sobre un recurso de poder material o simbólico. Una forma de hacer esto es el uso de la fuerza. Sin embargo, la mayor parte del poder en la sociedad no es coercitiva sino mental, ya que se controla la base mental de las acciones de las personas a partir de mandatos, órdenes o actos de habla coercitivos, esto es, a partir del texto escrito y del habla, lo cual establece una relación importante entre el poder y el discurso, debido a que ejercer el poder por medio de órdenes implica un acceso especial a actos de habla particulares como mandatos u otras directivas; lo que a su vez se traduce en poder simbólico.

En este caso, el poder no suele ejercerse en forma coactiva, sino de una manera sutil y rutinaria. El uso más eficaz del poder se da cuando quienes lo tienen logran hacer que quienes no lo tienen interpreten el mundo desde su punto de vista, es decir, el de los que tienen poder. El poder, en ese caso, se ejerce a través del consentimiento y no de la coacción. Esto es lo que los analistas críticos del discurso denominan el proceso de hegemonía.³²

Esto, sin embargo, presupone otro aspecto fundamental de las relaciones entre el poder y el discurso: el acceso. Los poderosos tienen acceso y control no sólo de los recursos materiales escasos sino también a los recursos simbólicos, como el conocimiento, la educación, la fama, el respeto e incluso el propio discurso público. Es decir, el discurso no es únicamente un medio para la realización del poder, como lo son otras acciones de los poderosos, sino también y al mismo tiempo un recurso de poder. De esta manera, las diversas elites de poder controlan el acceso a muchos tipos de discursos públicos, por ejemplo en la política, los medios de comunicación, la educación, etc.³³

Asimismo, para manipular otras mentes mediante el control sobre el discurso, los poderosos también necesitan controlar las características del discurso que resultan más eficaces para ejercer influencia sobre los otros. Este control no se limita al contenido o la forma, sino que se aplica también al contexto. Por ejemplo, la propiedad sobre los medios de producción del discurso (medios masivos de comunicación) se relaciona con el control sobre el discurso. El caso más simple se basa en las directivas, ya que los propietarios deciden qué publicar y qué no.

³² Teun A. Van Dijk, *op. cit.*, p. 267

³³ *Ibid.*, p. 47

En este sentido, a nivel social existe una serie de dificultades que impiden el acceso de las mujeres a puestos de responsabilidad, entre ellas, las que provienen del universo de los valores a partir de la socialización diferenciada que se da a mujeres y hombres. Estas diferencias, afirma Teresa del Valle,³⁴ tienen un reflejo en la asunción de roles que llevan de forma implícita y explícita al ejercicio del poder, ya que a las niñas se les introduce de formas directas o indirectas el rechazo al poder, a diferencia de otras actividades o cualidades que son prestigiadas o valoradas.

Del Valle señala cuatro presupuestos que inciden de manera negativa en el aprendizaje del poder y que en general hacen de la socialización un proceso que lleva a las mujeres más a la impotencia que al poder y son: 1) la naturalización de las diferencias que establecen las bases para la desigualdad; 2) la diferencia entre las distintas clases de responsabilidades y su relación con el poder, lo cual permite reconocer las posibilidades que limitan y aquellas que potencian; 3) la responsabilidad que genera culpa, aunque a veces aparezca como poder, es un indicador de subordinación y 4) el aprendizaje diferenciado de los roles se apoya en la figura del adulto más poderoso.

De igual forma, continúa, en muchas instancias las áreas que en general confieren poder decisorio se corresponden con aquellas que se valoran social y culturalmente, mientras que muchas de las responsabilidades que asumen las mujeres se sitúan al margen de dicha valoración. Por lo tanto, no se trata de grados de responsabilidad, sino de la valoración que ésta tenga dentro del sistema último de prestigio.

No obstante el aumento en el nivel educativo de las mujeres, la socialización en la que están inmersas sigue dando prioridad a los roles domésticos, lo cual crea conflictos a las mujeres derivados de su presencia en sistemas de valores y prestigio dispares. Ya que por ejemplo, las expectativas que el sistema social crea en las mujeres respecto a su futuro como esposas y madres influyen de manera notable en las decisiones a tomar por aquellas con relación a su trabajo.

Esta situación de acceso preferencial al discurso público es definitivamente un recurso vital de poder, ya que este acceso puede controlarse de forma sutil, más allá de la propiedad y el control directo del contenido del discurso. El acceso, según Van Dijk,

³⁴ "Mujer y nuevas socializaciones: su relación con el poder y cambio", *La ventana*, U. de G., en www.udg.mx/laventana.

puede organizarse e institucionalizarse rutinariamente mediante campañas de información, entrevistas, conferencias de prensa, etc., dirigidas a los periodistas, quienes si además tienen ideologías y actitudes similares a las de los grupos de poder, generarán consenso acerca de lo que es interesante, lo que es noticia y cómo deben ser tratados los distintos temas.

Entonces, este aspecto del control se extiende al control de los participantes y sus roles, esto es, quiénes pueden estar presentes, quiénes pueden hablar o escuchar, y quiénes pueden o deben hablar y bajo que rol. Por ejemplo, los que tienen el poder pueden definir los objetivos o metas generales de un suceso, programarlo y controlar otras circunstancias del texto y el habla, así como distribuir los turnos de habla. De esta forma, una manera de controlar el discurso público como modo de ejercer el poder social consiste en controlar los distintos parámetros del contexto.³⁵

Aunque sin duda, el verdadero problema ético del que se debe ocupar la investigación crítica del discurso no es el poder, sino el ejercicio ilegítimo del mismo, esto es, el abuso de poder o dominación, que en la dominación discursiva sobre todo, genera desigualdad social.

Por lo que se refiere a la relación de la ideología con el discurso y el poder, ésta se da básicamente a partir del papel del discurso como reproductor de las relaciones de poder existentes en la sociedad, por lo que la ideología se constituye en el factor que media en esta relación, proporcionando un marco de interpretación mediante el cual las prácticas discursivas reciben significado, al mismo tiempo que el discurso es necesario para la reproducción de las ideologías de un grupo.

El concepto clásico de ideología remite básicamente a la idea de que la ideología es el medio para reproducir la dominación coordinando las prácticas sociales de los miembros del grupo dominante a modo de perpetuar su posición de dominio como grupo.³⁶

Las ideologías son las representaciones mentales que forman la base de la cognición social, esto es, el conocimiento y actitudes compartidos de un grupo. Además de una función social de coordinación, las ideologías tienen también funciones cognitivas de organización de las creencias: en un nivel muy general de pensamiento,

³⁵ Teun A Van Dijk, *op. cit.*, p. 46.

³⁶ Teun A Van Dijk, *op. cit.*, p. 52.

les dicen a las personas cuál es su posición y qué deben pensar acerca de las cuestiones sociales.³⁷

John B. Thompson,³⁸ propone el uso del concepto de ideología para aludir a las formas en que el significado sirve, en circunstancias particulares, para establecer y sostener relaciones de poder sistemáticamente asimétricas (relaciones de dominación). En términos generales, la ideología es significado al servicio del poder.

En este sentido, por ejemplo, si los hablantes varones frecuentemente interrumpen a las hablantes mujeres, o no les permiten hablar, pueden estar asumiendo inconscientemente actitudes de base ideológica de superioridad masculina. De esta forma, detalles a veces minúsculos del habla masculina pueden señalar indirectamente ideologías sexistas y reproducirlas. Es decir, el poder y el control grupal sobre el discurso están controlados por las ideologías, debido a que éstas influyen no sólo sobre el discurso, sino también sobre las prácticas sociales en general.³⁹

Para concluir, Helena Calsamaglia comenta que:

El análisis del discurso se puede entender, no sólo como una práctica investigadora sino también como un instrumento de acción social, como se plantea desde algunas corrientes –en especial la sociolingüística interaccional o el análisis crítico del discurso–, ya que permite desvelar los (ab)usos que, desde posiciones de poder, se llevan a cabo en muchos ámbitos y que se plasman en los discursos: estrategias de ocultación, de negación o de creación del conflicto; estilos que marginan a través del eufemismo o de los calificativos denigrantes, discursos que no se permiten oír o leer. El análisis del discurso se puede convertir en un medio valiosísimo al servicio de la crítica y el cambio, a favor de quienes tienen negado el acceso a los medios de difusión de la palabra, de manera que no sólo los discursos dominantes, sino también aquellos en los que se expresa la marginación o la resistencia puedan hacerse escuchar.⁴⁰

³⁷ *Ibid.*, p. 56.

³⁸ *Op. cit.*, p. XVI.

³⁹ Teun A. Van Dijk, *op. cit.*, p. 62

⁴⁰ Helena Calsamaglia, *op. cit.*, p. 26.

Aunque el objetivo general del análisis social del discurso es comprender la relación entre las estructuras del discurso y los contextos sociales, es importante no perder de vista las representaciones mentales socialmente adquiridas y compartidas que definen a las culturas y los grupos, ya que éstas organizan sus creencias, prácticas sociales y discursos.⁴¹

Entonces puede decirse que el análisis del discurso es un instrumento que permite entender las prácticas discursivas que se producen en todas las esferas de la vida social en las que el uso de la palabra –oral y escrita– forma parte de las actividades que en ellas se desarrollan.

Así, a partir de lo mencionado anteriormente sobre sus implicaciones sociales, su relación con el poder a partir del acceso o no al discurso público, etc., se demuestra que es perfectamente aplicable al estudio de los medios de comunicación de masas, donde estos elementos interactúan de formas tan diversas y complejas, que generan consecuencias directas a nivel social principalmente por su alcance e influencia en la población.

⁴¹ Teun A. Van Dijk, *op. cit.*, p. 64.

Capítulo 1

Los medios de
comunicación de la
ciudad de México

En principio, a fin de comprender las características, estructura y funcionamiento de los medios de comunicación de la ciudad de México (prensa, radio y televisión) es importante conocer las circunstancias que dieron origen a estas empresas. Asimismo actualmente es imprescindible, en la era de la comunicación de masas, señalar la relación de estas empresas con el concepto de industria cultural, ya que esto determina los contenidos emitidos por los medios.

Esta recapitulación se ha hecho, en gran parte, con base en la información proveniente del libro *Televisión sin Fronteras*¹ de Florence Toussaint, estudio que se centra en una comparación del desarrollo de la industria cultural en Estados Unidos con el de México; y para fines de este trabajo, se tomó en cuenta principalmente lo referente a nuestro país.

ORIGEN Y DESARROLLO DE LA INDUSTRIA CULTURAL EN MÉXICO

Es a finales del siglo XIX, con la introducción en México de maquinaria moderna que permitió acortar los tiempos de edición, que se inicia el desarrollo de la industria cultural en nuestro país.

Los periódicos fueron los primeros en aprovechar tal avance, principalmente *El Imparcial*, que, fundado en 1896 establece la diferencia entre la prensa partidista del siglo XIX y la industrial que vive de la publicidad.

Si bien Irma Lombardo,² citada por Florence Toussaint, afirma que *El Imparcial* no es el primer periódico que funciona como una empresa, pues ya lo hacían antes *El Siglo XIX* y *El Monitor Republicano*, lo que es innegable es que en la época en que aparece *El Imparcial*, el mercantilismo permea al periodismo para ser de ahí en adelante uno de sus principales objetivos.

¹ Florence Toussaint, *Televisión sin fronteras*, México, Siglo XXI Editores, 1998, 183 pp.

² *De la opinión a la noticia*, México, Kiosko, 1992.

Con el mismo esquema, es decir, buscando la ganancia antes que la difusión de ideas, fueron apareciendo los diarios de la primera mitad del siglo XX. En 1916 se funda *El Universal* – utilizando las prensas de *El Imparcial*-, en 1917 *Excelsior*, en 1928 *La Prensa*, en 1936 *Novedades*. Y de ahí a la fecha, los demás han surgido siguiendo la misma línea.

En lo que se refiere a la radio, en 1920 fueron montadas las primeras estaciones, las cuales estuvieron asociadas a instituciones gubernamentales y en donde la función primordial era ideológica. Sin embargo, a partir de 1939 las estaciones gubernamentales comenzaron a ceder terreno a emisoras comerciales.

El lucro apareció con la incursión de los empresarios en este medio. En México el primero en establecer una radiodifusora comercial fue Emilio Azcárraga Vidaurreta, que en 1930 fundó la XEW con el apoyo de capitales extranjeros, específicamente de la RCA, la cual sentó las bases de la industria radiofónica en nuestro país e introdujo los anuncios en la radio.

Durante los años de la segunda guerra mundial florece la industria cultural en México. A partir de la década de los cuarenta se sientan las bases para la organización de las grandes cadenas que hoy controlan la mayor parte de las emisoras. En 1941, Emilio Azcárraga fundó, con Clemente Serna Martínez, *Radio Programas de México*, organización que consistía en dos redes de estaciones radiofónicas: la *Cadena Azul*, encabezada por la XEQ y que formaba parte de la *Red de las Américas* de la CBS, y la *Cadena Tricolor*, parte de la red Panamericana de la NBC.³

A partir de 1931, con la reglamentación de los anuncios transmitidos por radio, otros empresarios incursionaron en el nuevo negocio de la radiodifusión. En 1947, Rómulo O'Farril funda la XEX bajo la protección del entonces presidente Miguel Alemán Valdés, que en 1950 fue un importante impulsor de la televisión en México, la cual surge como industria a partir de los capitales acumulados por los empresarios de la radio.

La etapa que va de 1940 hasta 1970 es crucial para el establecimiento de pautas generales en el manejo de la industria, así como en la consolidación de la misma, tanto financieramente como desde la perspectiva de las propuestas culturales.

³ Información citada por Toussaint de Pablo Arredondo Ramirez y Enrique Sánchez Ruiz, *Comunicación social, poder y democracia en México*, Guadalajara, U. De G., 1986, p. 70.

En 1950 O'Farril recibió el primer permiso para transmitir por el *Canal 4, XHTV*, y su emisión inaugural consistió en el informe presidencial de su amigo Miguel Alemán. En 1951, Azcárraga inicia transmisiones en el *Canal 2, XEW-TV* y en 1952 González Camarena se encarga de *Canal 5, XHGC*. Para que en 1955 se constituyera *Telesistema Mexicano*, que unió a los tres canales antes mencionados, iniciándose así el monopolio de la televisión mexicana.

No obstante, la constitución en 1965 de *Televisión Independiente de México* vino a ser por poco tiempo la competencia de *Telesistema Mexicano*, ya que en 1972 se unen dando origen a *Televisa*, regresando así a la posición de monopolio de la televisión comercial.

Mientras tanto, en 1972 el Estado adquirió el resto de las acciones de *Canal 13*, que en 1968 habían sido otorgadas como concesión a Francisco Aguirre. Con esta acción, el Estado obtuvo su primer canal de televisión comercial, no obstante que en 1957 había establecido el *Canal 11*,⁴ del Instituto Politécnico Nacional, pero como permisionario y dedicado a educar; como el nuevo canal era una concesión se estuvo en la posibilidad de vender su tiempo de pantalla, con lo que además su presencia daba un simulacro de apertura en la televisión mexicana.

En 1993, a partir de la venta de un paquete de medios estatales a la iniciativa privada, nace *Televisión Azteca*. Entre lo ofrecido en dicho paquete se encontraba *Imevisión*, que estaba formada por los canales 22 en UHF y el 7 y el 13 en VHF, ambos con red nacional. Debido a que un grupo de 800 intelectuales encabezados por Carlos Monsiváis y Héctor Aguilar Camín pidieron al gobierno que el 22 se quedara como una señal para la cultura, la oferta eliminó a este canal. Además se ofrecieron a la venta los cines de Costa, los canales de Monterrey y Chihuahua, los *Estudios América* y el periódico *El Nacional*.

⁴ Karin Bohmann en *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, México, Alianza Editorial Mexicana-Conaculta, 1992, p. 106, señala que su fundación fue en diciembre de 1958.

Se postularon para la compra cuatro grupos importantes integrados por empresarios asociados⁵. La SHCP designó ganador a *Radio Televisora del Centro*, con la única consideración de que había sido el grupo que propuso un monto mayor en la subasta: 645 millones de dólares. Este grupo estaba formado por Ricardo Salinas Pliego y José Ignacio Suárez Vázquez. El primero dueño de una cadena de tiendas de aparatos electrodomésticos con aproximadamente 275 sucursales: *Elektra*, y nieto del fundador de las tiendas *Salinas y Rocha*. La adjudicación fue una sorpresa ya que frente al resto de los postores, algunos con experiencia en medios, el grupo de Salinas Pliego era el que aparentemente menos posibilidades tenía.

Las concesiones otorgadas a *Televisión Azteca* se caracterizaron porque por primera vez el Estado ponía concesiones televisivas en manos de particulares pidiendo dinero por ellas. De acuerdo a la ley, en la medida en que son concesiones éstas se otorgan gratuitamente y el Estado no obtiene nada a cambio salvo la promesa de la inversión que cada empresa se compromete a realizar. De esta forma, en la venta de *Imevisión* los canales se convirtieron en empresas y fueron éstas las que se subastaron públicamente. Incluso se tuvo que cambiar el régimen de *Canal 7*, de permisionario a concesionario, pues sólo así podría comercializarse su tiempo.

Ahora bien, dado que en México *Televisa* y *Televisión Azteca* son las empresas de comunicación privada más grandes, es importante revisar su estructura y vínculos internacionales a fin de obtener un panorama sobre la influencia que ambos consorcios ejercen en la opinión pública del país, no obstante sus diferencias, ya que *Televisión Azteca* sólo cuenta con dos redes nacionales, el 7 y el 13, y *Televisa* con cuatro, el 2, el 4, el 5 y el 9.⁶

⁵ Para más información revisar Florence Toussaint, *op. cit.*, pp. 132-133 y Fernando Ortega Pizarro, "Los nuevos dueños de Canal 13 y Canal 7, en su primer autorretrato", *Proceso*, núm. 873, 26 de julio de 1993, p. 2.

⁶ Para más información revisar Florence Toussaint, *op. cit.*, segunda y tercera parte, pp. 95-101, 132-142, quien hace una lista detallada de las incursiones de ambas televisoras en diversas áreas de la comunicación, el deporte, la música, convenios internacionales, etc.

Sin embargo, en la Ciudad de México otras posibilidades de sintonía son *Canal 11*, *Canal 22*, *Canal 34* y *Canal 40*, que por sus características no han podido llegar a sectores amplios de la población. La televisión de paga no cuenta, ya que debido a la situación económica su público no es amplio: hasta 1998 constituía apenas un 12% de la población.

En este sentido, se puede mencionar que actualmente *Canal 11*, la única televisora dirigida por una mujer, Alejandra Lajous, hace llegar su señal a todo el país, parte de Centroamérica y Estados Unidos, a través de los sistemas de cable, repetidoras, vía satélite y antena parabólica, con lo que su penetración es de 35.7% por señal abierta y de 98.4% por medio de cable.⁷

Por lo demás, es de resaltar que la estructura y programación de este canal es la más equitativa en cuanto a distribución genérica se refiere, ya que los puestos de dirección se encuentran en igual número de hombres y mujeres. En lo referente a su programación, ésta cuenta con propuestas interesantes que emplean temáticas y un lenguaje incluyente dirigidas tanto a la infancia como a las mujeres en específico, tal es el caso de *Bizbirije* y *Diálogos en Confianza*.

Canal 22, dependiente del Consejo Nacional para Cultura y las Artes (Conaculta), al igual que Canal 34 TV Mexiquense, tienen un alcance al Distrito Federal y Área Metropolitana por televisión abierta y a toda la República Mexicana a través de 250 sistemas de cable.

El Canal 40 por televisión abierta sólo llega al Distrito Federal y el área metropolitana. En televisión por cable llega a 31 estados de la República, aunque no a todas las ciudades, y a 20 ciudades de Estados.⁸

Así, el desarrollo de la industria cultural en México tiene como fin convertir el entretenimiento y la información para las masas en negocio. Maximizar las ganancias todo lo posible reduciendo poco a poco las opciones que el público tiene de disfrutar programas diferenciados. El resultado es una industria concentrada, oligopólica y de alcance internacional, que nada tiene que ver con las directrices señaladas en la ya obsoleta Ley Federal de Radio y Televisión sobre promover el desarrollo de la población.

⁷ Información tomada de la página de Internet del Canal: www.oncetv.ipn.mx.

⁸ Información tomada de la página de Internet del Canal: www.cnienlinea.com.

Probablemente ante este panorama los Canales 11 y 22 constituyen un intento de la función real que deben ejercer los medios, pero como ya se mencionó antes su público es reducido y por lo tanto su nivel de influencia.

PANORAMA INFORMATIVO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO

Dado que la investigación se centra en la participación de la mujer como comunicadora, resulta interesante conocer el panorama de los informativos de la capital mexicana; sin embargo, debido a la especificidad misma del proyecto, paulatinamente se irá centrando la información en el espacio televisivo, concretamente en el capítulo cuarto.

En lo que se refiere a prensa, en el Distrito Federal se editan 26 periódicos, de los cuales sólo dos están dirigidos por mujeres: Carmen Lira Saade en *La Jornada* y Eda Chávez en *Le Monde Diplomatique*, de los cuales sólo el primero es de gran circulación.

PERIÓDICOS EDITADOS EN EL DISTRITO FEDERAL

CINE MUNDIAL	ESTO	MI AMBIENTE
CUESTIÓN	EXCELSIOR	MILENIO
DIARIO DE MÉXICO	LA AFICIÓN	NOVEDADES
EL DÍA	LA CRÓNICA DE HOY	OVACIONES
EL ECONOMISTA	LA JORNADA	PUNTO
EL FINANCIERO	LA PRENSA	REFORMA
EL HERÁLDICO	LE MONDE DIPLOMATIQUE	THE NEWS
EL SÓL DE MÉXICO	MÉXICO CITY DAILY BULLETIN	UNO MÁS UNO
EL UNIVERSAL	MÉXICO CITY TIMES	

Fuente: Revista Mexicana de Comunicación, Directorio de Comunicación Social en www.fundacionbuendia.org.mx

Periódicos dirigidos por mujeres

En radio, no obstante que la mayor parte de la programación es sólo musical y de entretenimiento, los programas informativos transmitidos de lunes a viernes son 61, de los cuales 10 (16.39%) son conducidos por mujeres y 4 (6.5%) se desarrollan bajo la co-conducción de una mujer y un hombre (en cadenas como Radio Fórmula, XEQ y Radio UNAM), lo cual deja ver claramente que la diferencia numérica es enorme ya que son 47 (77%) los noticiarios radiofónicos que tienen a un conductor al frente.

CUADRO DE NOTICIARIOS RADIOFÓNICOS

Radiodifusora	Programa	Horario		Frecuencia		Conducción
Radio Red	Monitor	05:45	10:00	1110am	88.1fm	José Gutiérrez Vivó
Radio Red	Monitor	13:00	15:15	1110am	88.1fm	Enrique Muñoz
Radio Red	Monitor	17:00	21:00	1110am	88.1fm	Martín Espinosa
Radio Mil	Enfoque	06:00	09:00	100.1fm	1000am	Leonardo Cursio
Radio Mil	Enfoque 2a emisión	13:00	14:00	100.1fm	1000am	Raúl Sánchez Carrillo
Radio Fórmula	Joaquín López Dóriga	13:30	15:00	103.3fm	1470am	Joaquín López Dóriga
Radio Fórmula	Cúpula Empresarial	06:00	10:00	103.3	FM	Oscar Mario Beteta
Radio Fórmula	Cúpula Empresarial	15:00	15:30	103.3fm	1470am	Oscar Mario Beteta
Radio Fórmula	Fórmula Financiera	14:00	15:00	1500	AM	María Carmen C. D. Páramo H. Rebollo
Radio Fórmula	Fórmula Financiera	21:00	22:00	103.3	FM	María Carmen C. D. Páramo H. Rebollo
Imer	Antena Radio	06:45	10:00	1220am	108fm	Enrique Lazcano
Imer	Antena Radio	13:00	14:00	1220am	108fm	Nora Patricia Jara
Imer	Antena Radio	17:00	19:00	1220am	108fm	Billie Parker
Grupo 7	La Noticia y Usted	06:00	10:00	1440	AM	Gustavo Rentería
Grupo 7	La Noticia y Usted	18:00	20:00	1440	AM	Teseo López
Grupo Acir	Detrás de la noticia	06:00	10:00	1260am	89fm	Ricardo Rocha
Grupo Acir	Panorama Informativo	13:30	15:30	1260am	89fm	Guillermo Ochoa
Grupo Acir	Panorama	18:00	20:00	1260am	89fm	Eduardo Pasquel
Radio Centro	Formato 21	Todo el día		1150	AM	Varios conductores

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Radiodifusora	Programa	Horario		Frecuencia		Conducción
Radio UNAM	Radio UNAM Informa	08:00	08:30	860am	96.1fm	Héctor Castro y Elizabeth Rojas
Radio UNAM	Plaza Pública	08:30	09:30	860am	96.1fm	Miguel Angel Granados Chapa
Stereo Rey	Informativo MVS	06:30	10:00	102.5	FM	Raúl Peimbert
Stereo Rey	Informativo MVS	13:00	15:00	102.5	FM	Jorge Fernández M.
Stereo Rey	informativo MVS	18:00	20:00	102.5	FM	Claudia Olguín
Imagen Informativa	Imagen con criterio	06:50	10:00	840am	90.5fm	Pedro Ferriz de Con
Imagen Informativa	Imagen con criterio	13:00	15:00	840am	90.5fm	Carmen Aristegui
Imagen Informativa	Imagen con criterio	18:00	20:00	840am	90.5fm	Javier Solórzano
Radio Uno	A Dos Tintas	20:30	21:00	1500	AM	Sergio Martínez y Enrique Campos
Radio Uno	Pensándolo Bien	20:00	20:30	1500	AM	Froylán López y Carlos Marín
Radio Centro	Desde el Centro de la Noticia	19:00	21:00	1030	AM	Enrique Quintana
Stereo Rey	Megatendencias	20:00	20:30	102.5	FM	Varios
ABC Radio	ABC Informa	08:00	09:00	760	AM	Federico La Mont
Radio 13	Al Momento	06:00	10:00	1290	AM	Carlos Ramos Padilla
Radio Uno	Línea Directa	06:00	09:30	1500	AM	Eduardo Ruíz Healy
Radio 13	De la A a la Z	18:00	21:00	1290	AM	Abraham Zabludovsky
Radio Uno	Eduardo Ruíz Healy	18:00	19:00	1500	AM	Eduardo Ruíz Healy
Radio 620	Pensándolo Bien	06:00	09:00	620	AM	Eduardo Pasquel
Radio Uno	En Voz Alta	13:00	14:00	1500	AM	Flor Berenguer
Radio Uno	En Voz Alta	19:00	20:00	1500	AM	Flor Berenguer
Ondas del Lago	Hora 7	07:00	10:00	690	AM	Alex Castillo
Ondas del Lago	Hora 13	13:00	15:00	690	AM	Patricia Azcona

Radiodifusora	Programa	Horario		Frecuencia		Conducción
Ondas del Lago	Hora 17	17:00	19:00	690	AM	Maricarmen Salazar
Radio Fórmula	José Cárdenas Informa	18:00	21:00	103.3fm	1470am	José Cárdenas
Imagen Informativa	Don Dinero	20:00	21:00	90.5	FM	Alberto Aguilar
Horizonte 108	Estrategia Financiera	14:30	15:00	108	FM	José Yuste
XEQ	En la Radio Adela Michá	06:45	10:00	940	AM	Adela Michá
XEW	En la Radio Amador Narcia	13:00	15:00	900	AM	Amador Narcia
XEQ	En la Radio Adela Michá	18:00	20:00	940	AM	Iván Navarro y Gabriela Aro
Radio 13	Entorno	15:00	15:30	1290	AM	Eduardo Torreblanca
Radio Red	Talinísima	12:00	13:00	1110	AM	Talina Fernández
ABC Radio	Índice Político	15:00	16:00	760	AM	Francisco Rodríguez
Radio 13	Al Momento	14:00	15:00	1290	AM	Eduardo Blancas
Radio Uno	Entre Líneas	15:00	16:00	1500	AM	Alberto Barranco Chavarría
ABC Radio	Hoy por Hoy	14:00	15:00	760	AM	Manuel Mejido
Radio Fórmula	Todo para la mujer	11:00	13:30	103.3fm	1470am	Maxime Woodside
Radio Fórmula	Ensalada de Lechuga	06:00	07:00	1470	AM	Héctor Lechuga
Radio Fórmula	Pulso Urbano	07:00	09:00	1470	AM	Eduardo Blancas
Radio Fórmula	Héctor Martínez Serrano	05:30	09:30	1470	AM	Héctor Martínez Serrano
Radio Fórmula	La Fórmula es	17:00	18:00	1470 am	103.3 fm	Raúl Orvañanos y Alfredo Domínguez
Stereo Joya	Hoy	06:00	13:00	93.7	FM	Mariano Osorio

Fuente: Servicio de monitoreo electrónico de noticias SMEN. (actualizado al 14 de mayo de 2001)

 Programa co-conducido hombre - mujer.

 Programa conducido por mujer.

En televisión abierta el panorama informativo se encuentra de la siguiente forma: 5 noticiarios (33.3%) son co-conducidos por un hombre y una mujer, 5 informativos (33.3%) tienen como titular a una mujer, de la misma forma que otros 5 (33.3%) tienen como titular a un hombre. No obstante, en los noticiarios estelares que son los de la noche, sólo están presentes como co-conductoras Denise Maerker y Pilar Álvarez Laso, en CNI Noticias y Mónica Mondragón en TV Mexiquense, ambas televisoras de cobertura local.

NOTICIARIOS TELEVISIVOS TRANSMITIDOS DE LUNES A VIERNES

TELEVISORA	NOTICIARIO	HORARIO	CANAL	CONDUCCIÓN
TV AZTECA	Hechos AM	07:00 - 09:00	13	Ana María Romell Ramón Pedrosa
TELEVISA	Primero Noticias	07:00 - 09:00	2	Jorge Barr y Lourdes Ramos
IPN	Once Noticias	07:00 - 08:30	11	Adriana Pérez Cañedo
CNI	El Mañanero		40	Victor Trujillo
TELEVISA	Noticiero de la Tarde	14:30 - 15:00	2	Dolores Ayala
CANAL 22	Índice 22	14:30 - 15:00	22	Judith Moreno
TV AZTECA	Hechos de la Tarde	15:00 - 16:00	13	Rosa Ma. de Castro
TELEVISA	Noticiero del 9	20:30 - 21:00	2	Adela Micha y Leonardo Kourchenko
TV AZTECA	Hechos del 7	21:00 - 21:30	13	Pablo Lafapi y Lilly Tellez
IPN	Noticias con Sergio Uzeta	21:30 - 22:00	11	Sergio Uzeta
CANAL 22	Nueve Treinta	21:30 - 22:00	22	Huemanzin Rodríguez
CNI	CNI Noticias	22:00 - 23:00	40	Denise Maerker, Ciró Gómez Leyva y Pilar Álvarez Laso
TV AZTECA	Hechos	22:00 - 23:00	13	Javier Alatorre
TV MEXIQUENSE	Hoy por hoy	22:00 - 23:00	34	Mónica Mondragón
TELEVISA	El Noticiero	22:30 - 23:30	2	Joaquín López Doriga

Fuente: Servicio de monitoreo electrónico de noticias SMEN. (actualizado al 14 de mayo de 2001)



Programa co-conducido hombre - mujer.



Programa conducido por mujer.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

De esta forma puede observarse que la estructura y funcionamiento de los medios de comunicación en la Ciudad de México se encuentran principalmente en manos de hombres, ya sea como directores, propietarios, jefes, conductores, etc. Lo cual puede ser una de las razones por las cuales los temas y problemáticas relativas a la situación de la mujer se encuentran fuera de la cobertura periodística de estos medios; no obstante, no es posible asegurar que la participación de las comunicadoras en esas áreas genere en sí un cambio en el contenido de los mismos, ya que los esquemas de la comunicación están muy bien establecidos y aceptados como legítimos debido ya que han sido, desde su origen, dictados desde una óptica completamente masculina, la cual ha dejado un margen muy limitado al cambio.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA COMO REPRODUCTORES DE LA INEQUIDAD DE GÉNERO

En el mundo actual, la información difundida a través de los medios de comunicación masiva ejerce una influencia cada vez más decisiva en la orientación social, política y cultural de la sociedad.

Según John B. Thompson,⁹ en muchas de las actuales sociedades industrializadas, los adultos pasan en promedio entre 25 y 30 horas semanales viendo televisión, la cual con frecuencia ocupa una ubicación central en el hogar transformándose en el punto en torno al cual se organizan los espacios y las actividades; ello se aúna al tiempo que pasan escuchando la radio, leyendo periódicos, libros, revistas, y consumiendo otros productos difundidos por las empresas de comunicación que se han transformado en industrias transnacionales en gran escala.

En México, desde 1970¹⁰ quedó claro que la televisión, y sobre todo la radio, habían logrado una penetración importante en la mayoría de los hogares, razón por la cual deben ser considerados agentes socializadores de primer orden, que compiten con la familia y la escuela en el proceso de educar a la gente. Basta decir que actualmente, según datos de 1999 de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), en

⁹ John B. Thompson, *Ideología y cultura moderna: teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. 2ª edición, México, UAM Xochimilco, 1998, p. IX.

¹⁰ Cristina Alcayaga, *La mujer y los medios de comunicación. Situación de la mujer en México, aspectos educativos y culturales*. Comité Nacional Coordinador para la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer, Pekín 1995. México, Conapo, 1995, p. 31.

México de un total de 22 991 518 viviendas, 22 531 687 (98%) poseen al menos un aparato radiofónico y 22 301 772 (97%) poseen televisión. Con lo que queda de manifiesto que el conocimiento y la opinión que tiene la gente sobre lo que acontece se forma prácticamente con base en lo que los medios "informan"; incluso, cada vez es más difícil establecer diferencias entre la "realidad" y la realidad reconstruida por los medios.

De esta forma, como señala Manuel Martín Serrano,¹¹ la comunicación pública provee a los miembros de la comunidad de relatos (orales, escritos, mediante imágenes) en los que se les propone una interpretación del entorno (material, social, ideal) y de lo que en él acontece. Tales narraciones ponen en relación los sucesos que ocurren con los fines y con las creencias en cuya preservación están interesados determinados grupos sociales. Por eso sugieren representaciones del mundo o se vinculan a ellas.

Ahora bien, si se parte del concepto de ideología que propone Thompson,¹² el cual se refiere a las maneras en que el significado activado por las formas simbólicas¹³ sirve para establecer y sostener relaciones de poder asimétricas, las cuales son denominadas relaciones de dominación, puede observarse que el desarrollo de la comunicación de masas tiene enormes implicaciones en la naturaleza y alcance de los fenómenos ideológicos, ya que éstos se transformaron en fenómenos masivos.

No obstante, como se señaló anteriormente, la ideología no sólo se reproduce a partir de los medios, sino principalmente en ámbitos como la familia, la escuela y la sociedad en general.

Así, este concepto resulta especialmente importante al vincularlo con la situación de la mujer en el ámbito sociocultural de nuestro país, y en general del mundo, donde las relaciones de poder y dominación que afectan más directamente a las personas son aquellas que se experimentan en contextos sociales cotidianos. De esta forma, los contenidos ideológicos transmitidos por los medios encuentran un espacio y se adaptan fácilmente al sistema de valores de la sociedad.

¹¹ Manuel Martín Serrano, *La producción social de comunicación*, Madrid, Alianza Editorial, 1986, p. 38

¹² John B. Thompson, *op. cit.*, p. XXXIII.

¹³ *Ibid.*, p. 205. El término formas simbólicas se refiere a un amplio campo de fenómenos significativos, desde las acciones, gestos y rituales, hasta los enunciados, textos, programas de televisión y las obras de arte.

La situación actual en los medios de difusión muestra una perpetuación y un fortalecimiento de imágenes de las mujeres que no proporcionan una idea realista de los diversos roles y contribuciones que hacen a un mundo que cambia constantemente.¹⁴

En este sentido, puede observarse que en los informativos de radio y televisión por lo general no se incorporan los aportes de las mujeres a la ciencia, la cultura, el desarrollo económico, social y político, debido a que a lo largo de la historia su participación ha sido minimizada o desenfocada.

Y aunque hoy en día, de acuerdo con lo que menciona Bettina Petters,¹⁵ las mujeres desempeñan un papel más activo en lo público, en los medios aparecen subrepresentadas, en particular en las secciones informativas y de reportajes de actualidad, donde su participación como expertas a las que se consulta algún tema, es también limitada o estereotipada.

No obstante, es un hecho que de una u otra forma se ha venido incluyendo la temática referente a la mujer en algunos espacios, con lo que:

Un noticiero, un panel de debate televisivo, un artículo en la prensa, dan en su conjunto la impresión de presencia del tema en los medios, pero no es necesario esforzarse mucho para descubrir que todo es absorbido y traducido por la lógica de esos medios; una lógica que busca, a su modo, efectos seductores, pasando todo por la distorsión del espectáculo y que termina por socavar la contundencia y la veracidad de las informaciones... Así, deshistorizan las cuestiones relativas a la condición de las mujeres, borran el origen de los mensajes, disimulan las huellas de sus significaciones políticas, ideológicas y culturales, trastocan el contenido de los mensajes y los filtran desde las reglas de su propio lenguaje.¹⁶

Y como señala Michelle Mattelart, el espectáculo de igualitarismo que ofrecen los medios de comunicación, es decir la imagen de las mujeres en un plano muy visible, sugiere que en realidad ellas son las más importantes redentoras del patriarcado

¹⁴ Gladis Miller Ramírez, María Morales y Vielka Vásquez, *Comunicación a medias. Discriminación de género en la comunicación*, Panamá, CEFA-UE, 1999, p. 90.

¹⁵ Bettina Petters, "La barrera invisible", *Perspectivas: Mujeres de Medios*, ISIS Internacional, núm. 4, 1996, pp. 3-4.

¹⁶ Norma Valle, Berta Hiriart y Ana María Amado, *El abc de un periodismo no sexista*, Santiago de Chile, Fempress, 1996.

porque, al participar en esa lucha por el poder con los hombres y conseguir un lugar en esa estructura, las mujeres se adaptan a sus reglas, a sus modos de actuar, asumiéndolas como naturales y reproduciendo a su vez formas con contenidos discriminatorios. Esto debido a que el problema de fondo no radica sólo en aquello que se publica en los medios de comunicación y fortalece las imágenes estereotipadas de la mujer, sino al ocultamiento o falta de percepción de la información, ya que lo que no se nombra simplemente no existe.

En cuanto a la información relativa a los intereses de las mujeres, ya sea como protagonistas o destinatarias, difícilmente encuentra un lugar en las páginas destinadas a información general de un periódico; generalmente aparecen en espacios específicos "para la mujer", lo cual puede ser justificado como parte de la estrategia de segmentación de públicos; sin embargo este argumento resulta vacío cuando se comprueba que todo aquello que en la información es vinculado de un modo u otro con el universo femenino, entra en la categoría de *soft news*, es decir de segunda o tercera importancia, con lo que de manera sutil se logra la fragmentación y por lo tanto, la ocultación de la realidad que viven muchas mujeres.¹⁷

Esta situación resulta realmente paradójica porque no se están considerando los intereses del público femenino, siendo que, según Lucía Lagunes Huerta, Coordinadora de Información de Comunicación e Información de la Mujer, A.C. (CIMAC), la demanda de las mujeres a ser informadas se ha incrementado, toda vez que ellas representan más de 30% de las lectoras de diarios y revistas políticas, en tanto que los medios electrónicos, radio y televisión, son utilizados por el 90% de la población femenina de esta ciudad para mantenerse informadas.¹⁸

Sirvan como ejemplo de lo anterior, los resultados obtenidos por el Proyecto Monitoreo Global de Medios 2000¹⁹ (GMMP por sus siglas en inglés), realizado el primero de febrero del 2000, con el objetivo de "Mirar a las mujeres en los medios", el cual contó con la participación de 70 países, entre ellos México.

¹⁷ Norma Valle, Berta Hiriart y Ana María Amado, *op. cit.*

¹⁸ Mónica Chavarría, "Lograr la democratización en los medios informativos, el reto de CIMAC", 22 de septiembre de 2000, en www.cimac.org.mx

¹⁹ Ericka Cervantes, "La información sobre mujeres en los medios de comunicación representa sólo el 18%", 26 de enero de 2001, en www.cimac.org.mx.

De acuerdo con este monitoreo, de un total de 50 853 registros sobre la presencia y representatividad de las mujeres en las noticias de radio, televisión y periódicos, las mujeres representan apenas 18% de las noticias en los medios de comunicación, frente a 82% de los hombres.

Los datos señalan que las mujeres contabilizaron 41% de la gente que presentó y reportaba las noticias de todo el mundo. Pero sólo significaron 18% de la gente entrevistada -objeto de noticia-.

En categorías como economía/negocios, espectáculos/exposiciones, hay un balance proporcional entre hombres y mujeres reporteros y reporteras. Sin embargo, en los deportes hay una clara representatividad de hombres, así como en temas de crisis internacionales y guerra. Más mujeres se encuentran reportando en lo que se ha denominado noticias de carácter social, no políticas, tales como medio ambiente, salud y educación.

En política, la proporción de las mujeres que han sido entrevistadas (o que fueron objeto de noticia) se elevó de 7% en 1995 a 12% en el 2000. En economía/negocios la proporción de mujeres se elevó de 9% en 1995 a 17% en el 2000, dando como resultado 18% de personajes entrevistados. Sin embargo, se afirma, hay una menor cantidad de mujeres entrevistadas en reportajes sobre guerra, política y deportes.

El sistema codificador definió 17 aspectos que se desprenden de historias cuyo tema central son las mujeres; incluyen violencia, poder, control de natalidad, educación sexual, cuidado de los niños, trabajo y salud.

Dos de los temas que se destacan con más frecuencia son los de violencia y poder. Los asuntos que menos se mencionan son los de educación sexual, discapacidades y mujeres del campo.

Ahora bien, a fin de comprender el funcionamiento de los medios y su vinculación en la reproducción de la inequidad genérica, se remite a continuación a algunos conceptos de Manuel Martín Serrano acerca de la información mediada:

Los medios de comunicación afectan a los procesos cognitivos de las audiencias, ofreciéndoles en sus relatos modelos de representación de lo que acontece. Dicha

actividad mediadora cumple una importante función social: sirve para restaurar a nivel de las representaciones un ajuste entre los sucesos y las creencias; consonancia permanentemente deteriorada, tanto por el cambio de la realidad circundante como por la transformación de los valores... Los medios no están solos en el desempeño de esta función social: antes de que ellos existiesen, otros relatos transmitidos oralmente iban proporcionando los mitos necesarios para elaborar una visión del mundo que mantuviese el consenso social.²⁰

Asimismo, la mediación que hacen las instituciones de comunicación se basa en la destinación de un espacio y/o tiempo determinado a acontecimientos que se hacen públicos, en parte, por la actualidad que representan y, en parte, por la selección de acontecimientos que lleva a cabo cada medio. Así, de acuerdo con las características de los diferentes públicos, los medios ordenan sistemáticamente cuáles son los sucesos o eventos que deben considerarse importantes y cuáles deben relegarse.

La comunicación, incluyendo la que ocurre en los medios, establece cierta consonancia entre el cambio del entorno y la transformación de las representaciones del mundo, pero lo hace en función de la necesidad de preservar las representaciones del mundo compartidas por la sociedad.²¹

Entonces, las mujeres están presentes en los eventos cotidianos que son objeto de la cobertura periodística, pero están excluidas de la redacción periodística que da cuenta de esos eventos.

Esto puede inscribirse aún en un contexto más amplio, el que se refiere al predominio de la cultura patriarcal, la cual ha asignado a hombres y mujeres roles diferentes dividiendo el mundo en dos: la esfera pública y la esfera privada. La primera, es decir, lo laboral, lo político, lo económico, el área de la toma de decisiones, es de dominio masculino. La segunda se refiere a lo doméstico, el hogar, el cuidado de los hijos e hijas y está fundamentada en una idea de lo natural que corresponde al mundo femenino.

Y debido a que así funciona la sociedad, también los medios se rigen bajo estos supuestos, ya que, según Martín Serrano, la comunicación de masas para organizar el

²⁰ Manuel Martín Serrano, *op. cit.*, p. 137.

²¹ *Ibid.*, pp. 111-112.

repertorio de acontecimientos de los que da noticia, separa los emergentes en ámbitos de referencia más o menos estancos. Un criterio que sirve para llevar a cabo esa separación distingue entre acontecimientos que pertenecen al ámbito público y acontecimientos que pertenecen al ámbito privado, es decir, al acontecer sociopolítico y al acontecer cotidiano.

Los relatos sociopolíticos se especializan en la noticia de lo urgente, de aquello que por afectar directamente a los sistemas de la colectividad presiona para que sea publicado. Por su parte, la principal función de los relatos que se refieren a la cotidianidad consiste en asegurar, por la vía narrativa, la permanencia de las representaciones sociales consolidadas, las cuales en cada cultura son visiones del mundo en las que se legitiman los valores, las peculiaridades históricas, políticas, culturales y materiales de la comunidad.²²

De esta forma, como señala Michelle Mattelart:

El carácter invisible del trabajo de las mujeres y la ocultación del valor productivo de las tareas que cumplen en el hogar tiene una importancia decisiva para la imagen que los medios de comunicación darán de las mismas, así como de la relación que establecerán entre ellas. Los medios de comunicación social se esfuerzan por adaptarse a la división del tiempo cotidiano convencional de la mujer.

Los programas de radio y televisión son muy reveladores a ese respecto. Jalonan la jornada de momentos que "valorizan" la condición femenina y contribuyen a recompensar el encierro. Legitiman el trabajo de la mujer como un deber inherente a su propia función.²³

El silencio de las mujeres, según Pilar Riaño,²⁴ ha sido la metáfora dominante usada para referirse a su posición marginal en el espacio de la comunicación pública y de las industrias comunicativas... Las mujeres, en tanto comunicadoras, han ejercido una influencia activa sobre la definición que ellas formulan de sí mismas a través de su complicidad, de su aceptación o del rechazo de las definiciones dominantes.

²² Manuel Martín Serrano, *op. cit.*, p. 416.

²³ *La mujer y las industrias culturales*, UNESCO, Desarrollo Cultural, Expediente Documental 23, p. 17.

²⁴ Pilar Riaño, "Ni pasivas ni silentes", en *Por todos los medios: Comunicación y Género*, Comp. por Ana María Portugal y Carmen Torres, Chile, Ediciones de las Mujeres, núm. 23, ISIS Internacional, 1996, pp. 36-52.

Por lo tanto, continúa Riaño, la estrategia de poder que supone la idea de una comunicación pública dominada por el varón ha transformado al diagnóstico de la situación marginal de la mujer en un mito poderoso: aquel de las mujeres silenciadas. Reconocemos que la dimensión del poder es fundamental en la comprensión de la dinámica en la que se desenvuelve cualquier interacción comunicativa, incluyendo a la comunicación horizontal. Las influencias de poder no sólo están presentes en las esferas económicas y jurídicas sino también en las prácticas simbólicas. La comunicación se localiza dentro de esta esfera simbólica y, por lo tanto, cualquier interacción comunicativa indica también una negociación de poder.

Desde luego, no puede considerarse a los medios de comunicación como la causa de la situación de la mujer; ésta tiene su origen en las estructuras sociales, políticas y económicas así como en actitudes culturalmente determinadas que asignan a la mujer un papel subordinado con respecto al hombre.

Sin embargo, los medios pueden contribuir a generar una visión más equitativa de la participación de la mujer en la sociedad, tanto en lo público como en lo privado. Esto sobre la base de que disponen hasta cierto punto de la facultad de estimular o de retrasar los cambios, al definir la importancia de los temas sociales y políticos cruciales del momento, en esa medida, pueden elevar el nivel de debate público sobre el papel de la mujer y su contribución al desarrollo.

La siguiente tabla ofrece una idea de las condiciones de vida de las mujeres y, sobre todo, del valor y la importancia de su trabajo dentro y fuera de la familia. Aspectos como la marginación, la pobreza, la discriminación, el sexismo y la violencia son situaciones a las que se enfrentan diariamente millones de mujeres en el mundo, tanto en la vida diaria como a través de los medios de comunicación.

De tal forma, a partir de estos datos se pretende hacer visible la relevancia de reflejar, en todos los ámbitos, la situación y participación de las mujeres en el mundo dado que:

- Las mujeres representan la mitad de la población mundial, pero poseen una décima parte del dinero que circula por el mundo y una centésima parte de todas las propiedades. El resto está en manos masculinas. (CIMAC)
- De los 91.2 millones de personas que registró el Censo de Población y Vivienda de 1995 en México, 50.7% son mujeres. (INEGI)
- Las mujeres realizan 52% del trabajo mundial, pero sólo la tercera parte del mismo es pagado. Los hombres realizan 48% del trabajo, pero tres cuartas partes del mismo es remunerado. (CIMAC)
- Dos terceras partes de las 1300 millones de personas pobres en el mundo son mujeres. Una tercera parte son hombres. (CIMAC)
- En México, de las 38.3 millones de personas que constituyen la población económicamente activa, 13 millones son mujeres, es decir, 36.8%, de las cuales 93.9% combina el trabajo extradoméstico con el doméstico. (INEGI)
- En México, el trabajo doméstico arrojaría el doble de ganancias al producto interno bruto que el sector de la construcción, de constituirse como el octavo sector de la economía nacional, tal y como se comprometió México en la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer. (CIMAC)
- Si calculamos el trabajo que realizan las mujeres en sus casas y en el cuidado de sus familias como si fuera un salario mínimo interprofesional, a modo de poder incluirlo en el PIB, sería equivalente a 11% de este índice. (CIMAC)
- En siete grupos de ocupación, entre las que se encuentran técnicas y personal especializado, maestras, profesionistas, trabajadoras del arte y supervisoras industriales, el ingreso de las mujeres en México respecto al de los hombres es inferior entre 12.4% y 26.2%. (INEGI)
- Una de cada tres mujeres en el mundo debe proveer alimento y educación para sus hijos e hijas sin apoyo de los padres. (CIMAC)
- En 1997, en siete entidades federativas de nuestro país, los hogares con participación femenina en el ingreso del hogar superan 50%. (INEGI)
- Más de dos terceras partes de las 960 millones de personas analfabetas adultas en el mundo son mujeres. Igualmente, dos tercios de los 130 millones de infantes que no van a la escuela o desertan prematuramente, son niñas. (CIMAC)

- De acuerdo con el último dato disponible que data de 1990, en México 48.2% de las mujeres indígenas no poseen instrucción. (INEGI)
- No obstante que en la educación básica en México son más las niñas que los niños que se encuentran excluidos del sistema educativo nacional, entre 1990 y 1997 la tasa promedio de crecimiento anual es de 4.2% para las mujeres, con lo que la diferencia entre hombres y mujeres se ha reducido de 3.2 puntos en 1990 a sólo 0.2 puntos en 1997. (INEGI)
- 57.4% de la población de 15 años y más que se encuentra en rezago educativo es de mujeres. (INEGI)
- Las mujeres constituyen 48.1% de la matrícula en educación superior en México. (INEGI)
- En 1997, el Sistema Nacional de Investigadores integraba a 6 278 miembros, de los cuales 72% eran hombres y 28% eran mujeres. (INEGI)
- Estimaciones del Banco Mundial sobre la carga global de enfermedad indican que, en las economías de mercado establecidas, la violencia de género* es responsable por uno de cada cinco días de vida saludable perdidos por las mujeres en edad reproductiva. (INEGI)
- Además, la violencia es una causa de muerte e incapacidad entre mujeres en edad reproductiva tan grave como todos los tipos de cáncer y una causa de mala salud mayor que los accidentes de tránsito y la malaria combinados. (INEGI)
- En 1997 ocurrieron 340 intentos de suicidio, de los cuales el 57.9% fue realizado por mujeres. (INEGI)
- En el mundo, México ocupa el primer lugar en muerte por cáncer cérvico uterino. (INMUJER)
- A nivel nacional, el cáncer mamario es la tercera causa de muerte. (INMUJER)
- El Consejo Nacional de Población en 1995 calculó que anualmente se producían en México alrededor de 200 000 abortos, espontáneos e inducidos. No obstante es muy difícil conocer la cifra exacta debido a que es una práctica realizada en la clandestinidad. (INMUJER)

* La violencia de género incluye la violación, la violencia doméstica o intrafamiliar, la mutilación, el homicidio, el hostigamiento y el abuso sexual.

- En un país donde interrumpir un embarazo es legal, muere una mujer por 100 mil abortos practicados, pero en un país donde es ilegal, como en México, mueren mil mujeres por cada 100 000 abortos practicados. (INMUJER)
- En encuestas realizadas en nuestro país se ha descubierto que de 100% de mujeres que han abortado, 69% son madres de 1 hasta 5 hijos/hijas. (INMUJER)
- Con base en el nivel de instrucción de las mujeres que abortan 16% son analfabetas, 44% tienen primaria inconclusa, 28% tienen primaria completa y 3% son profesionistas. (INMUJER)
- Las mujeres constituyen 51.6% del padrón electoral en México. (INEGI)
- No obstante, en 1997 la participación de las mujeres como candidatas a diputadas y senadoras fue sólo de 25% en cada caso. (INEGI)
- Actualmente hay dos dirigentas de partidos políticos (PRI y PRD)
- El jefe de gobierno de la Ciudad de México, Andrés Manuel López Obrador, designó nueve mujeres en los cargos principales de su gabinete y sólo siete hombres. Es el mayor número de mujeres que participa en un gobierno local o nacional en la historia de México. (INMUJER)

Estos datos reflejan sólo una parte del universo en torno al cual participan de manera activa las mujeres, sin embargo no forma parte –la mayoría de las veces o en una dimensión apropiada– de la cobertura informativa de los medios de comunicación, quedando fuera del discurso público y por ende, sin legitimación social.

Es por esta razón, que las mujeres se han dado a la tarea de reescribir la historia y desde distintos ámbitos (la literatura, la historia, el arte, la crítica, desde luego los medios de comunicación, entre muchos otros) se encargan de nombrar con su propia voz su experiencia y su visión del mundo, aunque la mayoría de las veces ha sido de manera marginal.

En el periodismo, esta labor da inicio de manera formal en el siglo XIX con las primeras impresoras, pero el recorrido por esta interesante y pocas veces contada historia, se llevará a cabo en el siguiente capítulo *La mujer en el periodismo*.

Capítulo 2

La mujer en el periodismo

LAS PRIMERAS PERIODISTAS

De acuerdo con la investigación realizada por Elvira Hernández Carballido sobre *El periodismo femenino en México durante el siglo XIX*, tesis de licenciatura que además ha sido publicada en varios números de la revista *fem.*, la primera incursión de las mujeres en el periodismo fue como impresoras y editoras de libros, folletos y hojas informativas. Jerónima Gutiérrez, esposa del primer impresor colonial Juan Pablos, en 1539 como muchas otras, heredó el oficio luego de la muerte de su marido.

Los pocos investigadores sobre el tema coinciden en asegurar que fue en el año de 1805 cuando aparecieron los primeros escritos de mujeres en los periódicos *Diario de México* y *La Gaceta de Valdez*. Ejemplo de ello fueron los poemas de María Velázquez de León, una de las primeras poetas mexicanas que se vio editada por los periódicos de su tiempo, aunque ella firmaba sus creaciones con sus iniciales (Doña M. V. L.).

De acuerdo con Fortino Ibarra de Anda, por lo que menciona Elvira Hernández, único estudioso que ha publicado un volumen sobre las periodistas mexicanas, aunque con una visión machista, el *Diario de México* fue una de las publicaciones nacionales que recibió numerosas colaboraciones femeninas, quizá no sólo poemas sino también crónicas y ensayos, ya que en sus páginas se encuentra un gran número de seudónimos que dejan suponer una personalidad femenina.¹

Asimismo, Ibarra de Anda señala a Leona Vicario como una de las primeras mujeres que desde la trinchera del periodismo fue difusora de los problemas del pueblo y de las mujeres, ya que muchas de las cartas que escribió a Andrés Quintana Roo, con quien participaba en la lucha por la independencia de México, fueron publicadas en periódicos como *El Ilustrador Americano* y *El Semanario Patriótico Americano*, por lo que el hecho de que haya logrado insertar textos suyos firmados, aunque fueran sólo

¹ Elvira Hernández Carballido, "Las pioneras en la prensa mexicana", *fem.*, año 22, núm. 183, junio de 1998, p. 45.

cartas, y por lo tanto decir públicamente lo que pensaba, es un mérito dado que en esa época la prensa estaba vetada a las mujeres.²

Durante la segunda década del siglo XIX empezaron a aparecer publicaciones destinadas al público femenino, pero en su gran mayoría se caracterizaban por estar dirigidas y escritas por hombres. En su contenido reafirmaban la idea de que las mujeres eran débiles física e intelectualmente por naturaleza, y por lo tanto sólo debían importarles cosas como la moda, cuentos y artículos sobre el "deber ser" de las mujeres, esto es, madres y esposas. Algunas de esas publicaciones son *El Calendario de las señoritas mexicanas*, de Mario Galván, 1838; y *Presente amistoso dedicado a las señoritas mexicanas*, de Ignacio Cumpido, 1847. Lógicamente, no sólo los hombres ofrecían esta visión de las mujeres, muchas de ellas crearon sus propias publicaciones manteniendo esta forma de pensar.

En 1873, por primera vez en México, una mujer se puso al frente de una publicación: la poeta Ángela Lozano quien, junto con Manuel Acuña y otros escritores, fundó la revista literaria *El Búcaro*.

Ese mismo año aparece el semanario *Las Hijas del Anáhuac*, creado por las alumnas de la escuela de Artes y Oficios para Mujeres, para dar a conocer creaciones literarias como poemas, cuentos y narraciones. No obstante su corta existencia (tres meses), brindó la posibilidad de que las mexicanas pudieran dedicarse al periodismo.³

En 1883, Concepción Gimeno de Fláquer fundó *El álbum de la mujer* que durante siete años publicó diversos artículos donde el tema central fueron las mujeres, a veces para destacar su papel tradicional en la sociedad (hija, esposa, madre) y otras para criticar su situación y exigir un cambio, aunque no radical.

Sin duda, durante el siglo XIX esta publicación significó la oportunidad de que las mujeres empezaran a vislumbrar una manera de ser y pensar diferente e influyó en la manera de pensar de muchas mexicanas así como en el surgimiento de otros periódicos hechos por mujeres que hasta superaron su visión.⁴

²Elvira Hernández Carballido, "Leona Vicario: heroína y precursora del periodismo de mujeres", *fem.*, año 20, núm. 162, septiembre de 1996, p. 45.

³ *Loc. cit.*

⁴ Elvira Hernández Carballido, "El álbum de la mujer", *fem.*, año 21, núm. 174, septiembre de 1997, pp. 45-46.

Ese mismo año, José Adrián M. Rico fundó *El correo de las señoras*, única publicación en el siglo XIX que circuló por diez años y que permitió conocer a las mujeres que además de dedicarse al hogar e ir a bailes, luchaban por demostrar sus conocimientos en el mundo externo. Así, dan a conocer la biografía de Matilde P. Montoya, primera doctora mexicana, a quien no se le permitía examinar un cuerpo desnudo delante de sus compañeros varones y tenía que realizar a solas sus tareas médicas.⁵

En 1887, Laureana Wright, fundó y dirigió el semanario *Las violetas del Anáhuac*, que en opinión de Elvira Hernández Carballido fue uno de los más sobresalientes del siglo XIX ya que contó con un gran número de colaboradoras que no sólo escribían poemas o cuentos, sino también redactaron crónicas, críticas de actos culturales y ensayos sobre ciencia, literatura, religión, cuestiones pedagógicas e historia. De igual manera, dieron a conocer definiciones de conceptos políticos, y publicaron artículos sobre la situación femenina, ya sea para describirla, para mostrarse conformes con ella o para proponer alternativas de superación y cambio.

Al llegar el siglo XX, durante la revolución mexicana las mujeres de nuestro país participaron de diferentes maneras y una de éstas fue la labor periodística que desarrollaron desde los espacios que ellas mismas fundaron o en los que lograron ganarse un lugar.

En este sentido, destaca en primer lugar el trabajo de Juana Gutiérrez de Mendoza que funda *Vésper (1903-1918)*, con el propósito de atacar al porfiriato y defender a los trabajadores; *La Reforma* (1914), donde defendió los derechos de los indígenas y *El Desmonte* (1919), cuyo lema "Por la tierra y por la raza" sintetiza la línea editorial de la publicación. Dolores Correa de Zapata dirige *La mujer mexicana* (1904-1908). Otra gran periodista revolucionaria fue sin duda Hermila Galindo, que fundó *La mujer moderna* (1915-1918), periódico que apoyó siempre la lucha de las mujeres.

Destaca también María Guadalupe Rojo que a la muerte de su marido dirige el periódico *Juan Panadero*, que se caracterizó por luchar a favor de la reivindicación

⁵ Elvira Hernández Carballido, "Recuperar la memoria femenina del periodismo", *fem.*, año 22, núm. 179, febrero de 1998, p. 45.

social y política del país. Por su parte, Fidelia Brindis Camacho fundó en 1917 *El Altruista*, donde exigía una mejor educación para sus contemporáneas.⁶

Estos, entre muchos otros, son sólo algunos nombres de las mujeres que, pese haber contribuido en forma importante desde el periodismo, tanto a la independencia como a la revolución, permanecen en el anonimato y son pocas veces mencionadas en la historia del periodismo mexicano.

Sin duda, el que una mujer a finales del siglo XIX y principios del XX aspirara a ejercer el periodismo como profesión la relacionaba directamente con el feminismo, ya que pretendía romper las "leyes" establecidas por una sociedad patriarcal donde a las mujeres les está asignado el ámbito de lo privado y por lo tanto les estaba limitado el ejercicio de determinadas profesiones que no fueran de acuerdo a su rol "natural", sobre todo en el caso específico del periodismo, porque exigían el derecho a que su palabra tuviera credibilidad en un mundo y profesión mayoritariamente masculinos.

De esta forma, "la lucha de las mujeres por el acceso a la educación y posteriormente al sufragio, movieron a las mujeres a fundar periódicos, a escribir, a comprar sus propias imprentas y a utilizar la palabra escrita como arma y como escudo".⁷

Y así se da el primer encuentro entre feminismo y periodismo, durante el Primer Congreso Feminista realizado en 1922 en Yucatán, el cual apoyaba la lucha por el sufragio femenino. Debido a que el tema había logrado convertirse en noticia, las periodistas que tenían ya un lugar dentro de los medios se dedicaron a cubrir y difundir las actividades del movimiento feminista, movimiento que de inmediato obtuvo la respuesta pública del entonces director de *Excélsior*, Rafael Alducín, quien en una acción reprobatoria a las acciones emprendidas por las mujeres, promueve en México la celebración del Día de la Madre, reafirmando así los roles y actividades "propias" de las mujeres.

Puede decirse entonces que después de haber vivido un periodo revolucionario de aparente igualdad de condiciones para las y los periodistas, a partir de la década de

⁶ Elvira Hernández Carballido, "Periodistas revolucionarias", *fem.*, año 22, núm. 188, noviembre de 1998, pp. 45-46.

⁷ Norma Valle, Bertha Hirriart y Ana María Amado, "Las mujeres periodistas", en *El abc de un periodismo no sexista*, Fempress, Santiago de Chile, 1996.

los veinte y hasta finales de los sesenta, el hacer noticias y escribir fue una tarea considerada de hombres.

Debido a que en el periodo post-revolucionario la edición de publicaciones femeninas es esporádica, las mujeres comienzan a colaborar en periódicos de mayor circulación, principalmente en las secciones de sociales o en la página editorial, consideradas en ese tiempo como el espacio idóneo para la labor de las periodistas.

No obstante, en esos años para una mujer entrar al periodismo no era fácil, sin embargo un buen número de mujeres comienzan a escribir en diarios como *El Universal* y *Excélsior*, de tal manera que durante la década de los años veinte son conocidos los nombres de Edelmira Zúñiga, María Luisa Roos, Virginia Huerta, María Antonieta Rivas Mercado y Adelina Zendejas. También es común en esa época que muchas mujeres hayan pasado a formar parte del periodismo por haber sido esposas, hermanas, hijas o viudas de algún prestigiado periodista.⁸

Algunas de las periodistas más destacadas por su labor dentro de los diarios de circulación nacional en esa época fueron Elvira Vargas, que empezó a trabajar en *El Nacional* en 1929, siendo la única reportera en la década de los treinta y a partir de 1953 colaboró en *Novedades* y se convirtió en una de las más importantes y respetadas periodistas de la política; Magdalena Mondragón, que fue la primera mexicana en cubrir la fuente policiaca y política en *La Prensa*, donde colaboró durante treinta años y en 1950 se convirtió en la primera mujer que quedó al frente de un diario de gran circulación: *Prensa Gráfica*, en su edición vespertina; María Ríos Cárdenas fundó en 1926 la revista *Mujer* que se caracterizó por ser feminista y que constantemente denunció la difícil situación de muchas mexicanas, tocando temas como la violación y las madres solteras, de los cuales difícilmente se hablaría en aquella época; además colaboró en *La Prensa*, *El Nacional* y *El Universal*; Hermila Galindo, incansable luchadora social por los derechos de las mujeres, además de colaborar en los periódicos de la capital del país, fundó el semanario *La mujer moderna* desde donde impulsó la ley del divorcio y luchó por el sufragio femenino.⁹

⁸ Elvira Hernández Carballido, "Las pioneras en...", op. cit., p. 46.

⁹ Elvira Hernández Carballido, "¡Extra!...Mujeres periodistas en México...¡Extra!", *fem.*, año 22, núm. 187, octubre de 1998, pp. 89-93.

De la misma forma, en aquellos años la información pasa a ser un producto donde lo que importa es vender espacios publicitarios, entonces la mujer se convierte en la consumidora por excelencia, debido a su rol tradicional de ama de casa y proveedora del cuidado de la familia, factor que es fomentado por las mismas compañías de artículos de consumo y las agencias de publicidad. Así, los periódicos deben atraer a las mujeres como audiencia y por lo tanto se desarrollan secciones del periódico orientadas a la mujer en su papel de ama de casa. Es en este contexto que las mujeres que se unen a participar en los diarios de circulación general lo hacen para trabajar en esas secciones.

Excélsior, El Universal, Novedades, La Prensa, El Nacional y Zócalo, son de los primeros medios donde aparece una sección aparte dedicada a reseñar bautizos, bodas y crónicas de modas donde las mujeres podían desarrollar sus inquietudes escritoras, con la ventaja además de que ahí encontrarían una forma de poner en letras de molde algunas de sus aspiraciones históricas: las de madre, esposa y elemento de ornato para la sociedad.¹⁰

En la década de los cincuenta aparecen en escena Elena Poniatowska, que en 1954 empezó a escribir en *Novedades* y Cristina Pacheco, que colaboró en publicaciones como *La Familia* y *Sucesos para todos*, donde firmaba sus escritos con el seudónimo de Juan Ángel Real, como las pioneras del siglo XIX. En esa época también destacaron María Luisa Mendoza, Margarita Michelena, Rosa Castro y Ana Cecilia Treviño "Bambi".¹¹

No obstante, para colaborar y poder emitir su opinión en algún medio, las mujeres primero tenían que recorrer un camino relacionado con la actividad intelectual que les permitiera ser reconocidas, para luego dedicarse a escribir en los diarios. Tal es el caso por ejemplo de Rosario Castellanos que fue invitada por Julio Scherer a colaborar semanalmente en *Excélsior*, y de esta forma sus artículos de opinión destacaron durante la década de los sesenta.

¹⁰ Sara Lovera, "Las trabajadoras de los medios de comunicación", conferencia, mimeo., s/d.

¹¹ Elvira Hernández Carballido, "Y se enamoraron de la noticia...las mujeres periodistas en México a finales de milenio", *fern.*, año 23, núm. 199, octubre de 1999, pp. 28-29.

INCORPORACIÓN DE LA MUJER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Fue a mediados de la década de los sesenta cuando las mujeres comenzaron a incorporarse masivamente en los medios de comunicación, debido a que ya egresaban de las escuelas de comunicación y periodismo con la firme convicción de querer ejercer el periodismo como profesión. No obstante que desde 1949 la primera escuela de periodismo Carlos Septién García, en 1953 la escuela de periodismo de la Universidad de Veracruz y en 1957 en la Universidad Nacional Autónoma de México, en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales se estaban formando ya académicamente a los comunicadores de entonces.

Y fue a la par de esos años, con el auge del movimiento feminista y las rebeliones estudiantiles, que las mujeres comenzaron a exigir igualdad de condiciones con los hombres en el ejercicio del periodismo, esto es, igualdad de salarios, igualdad de oportunidades en la cobertura de noticias importantes (que son las que llegan a primera plana), derecho a emitir opiniones sobre todos los temas y no sólo los tradicionalmente considerados femeninos.

En 1967 hay dos grandes ingresos masivos; el que se abrió en los medios electrónicos y el de *El Día*.

Pero la apertura de espacios a las mujeres en los medios no fue sencilla y no sólo obedeció a las causas antes mencionadas, ya que de acuerdo a lo mencionado por Sara Lovera:

Más que un convencimiento de los editores o propietarios de los medios de darles la oportunidad de trabajar, lo que sucedió es que la mente empresarial, que ya dirigía y controlaba los medios, decidió explotar a la otra mitad de la población, que por causas históricas poseía la ventaja de que pocas pensarían en formar un sindicato y por lo tanto no había necesidad de pagarles más, al mismo tiempo constituían una masa trabajadora de recambio en espera de un marido que por lo tanto no acumularía derechos.¹²

¹² Sara Lovera, *op. cit.*

Por otra parte, continúa Lovera, con el comienzo de los noticieros televisivos, características como la audacia, valentía, inteligencia y rapidez, antes necesarias para el ejercicio del periodismo, ya no eran suficientes porque había que introducir en las fuentes de información dos elementos más: la cámara y el micrófono.

Entonces nada mejor que una bella imagen y así surgió en 1965 la nueva época de la mujer periodista donde la belleza, el pelo rubio, la audacia femenina, la simpatía, la sonrisa blanca y pueril y acaso una que otra curva, fueron elementos fundamentales para la nueva generación reporteril y durante muchos años, las muchachas egresadas de la Universidad Iberoamericana trabajaron sin cobrar porque "querían verse en televisión", así que eran convenientes ya que hablaban sólo lo necesario y daban una mejor imagen a la empresa.

El ingreso de Dolores Ayala a *Televisa* en la década de los setenta, de acuerdo con lo mencionado por la conductora en una entrevista concedida a Elisa Robledo para la revista *Adcebra* (año IX, núm. 100, junio de 2000), deja ver claramente los criterios de selección entonces imperantes en la constitución de los noticieros televisivos pues señala:

En febrero de 1971, la compañía Olivetti pidió cinco chicas para entrenarnos y hacer presentaciones para la primera computadora que llegó a México, y entre ellas fui yo. El gerente de publicidad, Claudio Landucci, quería hacer un *videotape* para dar clases del manejo de la computadora para el *Canal 8*, cuando era *Televisión Independiente de México*. Me pidió que operara la máquina, mientras un maestro explicaba los pasos. Cuando estaba yo grabando, entró a la cabina el gerente de producción, Sergio Peña. Me preguntó si me interesaba hacer unas pruebas para un programa dominical y para el *Teleperiódico Notímex*. Al llegar a las pruebas, había unas 15 muchachas periodistas o modelos. Todas improvisamos una entrevista a un embajador y un programa para mujeres. Dos días después me informaron que yo era la escogida y que ese mismo día en la noche salía al aire. Aunque yo había trabajado en prensa durante las olimpiadas y en la toma de posesión del ex presidente Luis Echeverría, no sabía nada de televisión, lo cual expliqué. Me tenían tanta fe que me pusieron a un maestro para enseñarme a redactar, entrevistar y editar, ya que entonces el reportero hacía de todo. El maestro en la escuela de periodismo Carlos Septién García, Julián de Llantada, estuvo conmigo todo el día

durante tres meses; fui muy afortunada. Yo realmente no busqué mi ingreso a la televisión, fue una puerta que se me abrió y que aproveché.

No obstante, durante muchos años fue la única presencia femenina en los noticieros de Televisa. Llegó a ser directora general de *24 Horas* durante la estancia de Jacobo Zabludovsky en Estados Unidos para la puesta en marcha del Sistema de Noticias *ECO* y desde hace casi 13 años dirige su propio noticiero.

Así, dentro de la historia de Televisa, a principios de la década de los setenta a medida que los espacios informativos se hicieron más grandes, la cobertura de noticias fue creciendo e incursionan en Canal 5, el canal joven, Talina Fernández, Dolores Ayala, Patricia Suárez y Rocío Villagarcía en la conducción de *En contacto directo* y otros espacios informativos.

Y dado que esta década estuvo marcada por numerosos conflictos bélicos, sobre todo en Latinoamérica, la corresponsalia de Televisa estaba constituida en esos años principalmente por mujeres, no obstante que era un medio todavía dominado por hombres.

Entre las reporteras y corresponsales de Televisa destacan Magdalena García de León, que fue la primera reportera enviada a la guerra de Nicaragua en 1979. También destaca el trabajo de Rita Ganem como corresponsal de guerra en Colombia en 1980.

Incluso algunos puestos directivos estuvieron en manos de mujeres como Virginia Sendel, que fue nombrada titular, directora, conductora y escritora de la emisión nocturna *24 Horas del Sábado*, a finales de la década de los setenta.

En lo que respecta a la radio, en la misma década de los setenta Patricia Kelly, en un principio desde la radio cultural y a partir de la década de los ochenta en Radio Red, una de las estaciones comerciales con más credibilidad en el país, conduce un programa llamado "Parejas Disparejas", siendo así pionera en el tratamiento de los temas de sexualidad en los medios de comunicación sobre todo en la radio comercial, que por sus características ha estado cerrada en muchos sentidos a los temas sociales y de las mujeres.

Asimismo, Verónica Ortiz, a mediados de la década de los ochenta realiza en Canal 11 el primer programa de la televisión mexicana—en vivo y con teléfonos abiertos—sobre temas de pareja y sexualidad. En 1986 inició en Radio UNAM el programa "De amores y desamores". Sin embargo, debido a que tanto Canal 11 como Radio UNAM eran estaciones oficiales, y por lo tanto contaban con presupuestos bajos, una difusión mínima y una transmisión limitada, el alcance e influencia real de estos programas fue reducido. Entonces, en 1987 dentro del Grupo Radio Mil, inicia el programa juvenil sobre educación sexual llamado "Sexo Sentido", que luego de trece programas sale del aire por las orientaciones ideológicas de los propietarios de la cadena.

Por otro lado, la fundación de *El Día*, en 1963, fue básica en la historia del periodismo hecho por mujeres ya que fue precisamente su director, Enrique Ramírez y Ramírez, quien tomó en serio la formación de mujeres periodistas e incluyó en la redacción cubriendo todas las fuentes y demás áreas del periódico (como los talleres), a jóvenes recién egresadas de las escuelas de periodismo como Sara Lovera, Socorro Díaz — primera mujer que recibió el Premio Nacional de Periodismo en 1977-, Adelina Zendejas, Rosa María Valles, Ernestina Hernández, Carmen de la Vega, Sara Moirón, Blanche Petrich, Paz Muñoz, entre muchas otras, quienes actualmente desde el periodismo pugnan por los derechos de las mujeres y han dado voz a aquellas que destacan en ámbitos como el artístico, científico, cultural, político y de la lucha feminista.

Ambos ejemplos, el de *Televisa* y el de *El Día*, fueron rápidamente imitados, más el primero que el segundo, y de la televisión se pasó a la producción masiva de noticieros en todas las cadenas radiodifusoras a costos muy bajos, en la medida en que se contrataba a una mayoría femenina.

Publicaciones como *Proceso*, *Uno más Uno*, *Excélsior*, *Novedades* y *El Universal*, también han dado "oportunidad" a muchas mujeres en los últimos años,¹³ no obstante, como se verá más adelante, un porcentaje mínimo ocupa puestos de decisión.

¹³ *Loc. cit.*

En las décadas de los ochenta y noventa el periodismo ya no es ajeno a las mujeres: están presentes en todas partes; como correctoras, redactoras, reporteras, articulistas, columnistas, productoras, directoras, conductoras, camarógrafas, técnicas, etc.

El 20 de febrero de 1980 aparece el primer periódico, en el mundo, realizado únicamente por mujeres: *Cuestión*, "expresión de la mujer en la noticia", dirigido por Margarita Michelena, quien está a cargo del periódico poco menos de un año y en su lugar asume la dirección Alberto González. El que hubiera estado hecho por mujeres no significa que haya sido un periódico feminista, aunque si se incluían notas referentes a las mujeres.

Los puestos directivos poco a poco comienzan a ser "invadidos". Socorro Díaz asume la dirección de *El Día*, luego de haber sido responsable de información, columnista, editorialista, jefa de redacción, directora de *El Gallo Ilustrado* (suplemento cultural) y subdirectora del diario.

En 1989, Pilar Ferreira es nombrada directora de *El Sol de México*; había sido reportera de la televisión española y coordinadora del área de reportajes especiales de *Canal 13*. Rosa María Licón en 1992 asume la dirección de *El Sol de Mediodía*. En 1996 Carmen Lira Saade se convierte en la directora de *La Jornada*. Además, en la década de los noventa destacan la directora del semanario *Siempre!*, Beatriz Pagés y Enriqueta Cabrera, directora de *El Nacional*, Alejandra Lajous Vargas, directora de *Canal 11*, Guadalupe Ferrer, directora de *TV UNAM* y Malena Mijares, directora de Radio UNAM.

A la par de esta incorporación de las mujeres en los medios, debido a la falta de espacios en donde difundir las luchas y problemáticas femeninas se ha desarrollado desde la década de los setenta una combinación de feminismo y periodismo que comenzó con *La Revuelta*, que editada y distribuida artesanalmente en nueve números abordó temas como la violencia, la sexualidad y el aborto. Apoyada por los talleres de *Uno más Uno*, lograba tirar tres mil ejemplares y en la página ofrecida por Carlos Payán, director del diario, Bertha Hiriart, Lucero González, Ángeles Necochea, María Brumm y Eli Bartra, entre muchas otras, lograron difundir pensamientos feministas en un medio de circulación general.

En 1976 surgió *fem.*, cuyo objetivo fue analizar, reflexionar e informar desde el ser mujer; contribuir a la recuperación de la historia de las mujeres a través de la información; dar espacio a la creación literaria y promover el cambio de la situación de las mujeres. Su mantenimiento a lo largo de 23 años ha sido posible gracias a la solidaridad y el trabajo de muchas periodistas entre las que destacan Alalde Foppa, Margarita García Flores, Elena Urrutia, Elena Poniatowska y Marta Lamas como fundadoras. Actualmente colaboran en *fem.* Esperanza Brito de Martí, Mercedes Charles, Elvira Hernández Carballido, Marcela Guijosa, y muchísimas más a las que sería muy difícil nombrar en su totalidad.¹⁴

En 1981, bajo la dirección de Socorro Díaz, en *El Día* aparece *La mujer en el mundo*, como primer espacio de mujeres en un periódico del Distrito Federal y que a la fecha ofrece un espacio que muestra la participación de la mujer en distintos ámbitos de la vida pública.

En marzo de 1987 surge el suplemento *Doble Jornada*, en el periódico *La Jornada*, coordinado por Sara Lovera y Marta Lamas que utilizando los cánones tradicionales del periodismo, pretenden lograr un espacio de divulgación en un medio de gran tiraje y ser un punto de reunión de periodistas que crearon un espacio de reflexión feminista sobre todos los asuntos nacionales.

En 1998, *Doble Jornada* cambia su nombre a *Triple Jornada* que con el trabajo de Rosa Rojas, Ximena Bedregal y Aleyda Aguirre continúa ofreciendo un espacio de reflexión feminista en un periódico de circulación nacional.

También destaca un *Debate Feminista* que desde su fundación en 1990 y con el trabajo constante de Marta Lamas, Hortensia Moreno y nuevamente un número importante de colaboradoras y colaboradores es una revista especializada que destaca por la profundidad en el tratamiento de los temas que aborda.

No obstante que en prensa, radio y televisión la contendencia de la presencia femenina se ha vuelto común, es probable que uno de los peores obstáculos que ha tenido la mujer periodista en su gestión a favor de la igualdad es la autocensura y la autoinhibición de su identidad femenina. Esta respuesta es una estrategia consciente o inconsciente

¹⁴ Elvira Hernández Carballido, "Y se enamoraron de la noticia...", *op. cit.*, *fem.*, año 23, núm. 199, octubre de 1999, pp. 29-30.

desarrollada por las periodistas para sobrevivir en el mundo de los hombres. La periodista se afirma como una persona neutra que se comporta, piensa, cubre, reporta y escribe como un hombre. La periodista debe minusvalorar todo lo que tiene que ver con la situación de la mujer y cubrir la noticia de forma "racional" y "objetiva". En los años setenta, el mejor elogio que podía hacerse a una mujer era que escribía como hombre. El temor a la etiqueta de feminista hizo y todavía hace a muchas mujeres ser "uno más" del boy's club del periodismo.¹⁵

Luego de este breve recorrido, que de ninguna manera pretendió ser exhaustivo, ya que hay investigaciones profundas y específicas que nos hablan sobre cada tema en particular, nos damos cuenta de que:

Poco a poco las mujeres se fueron ganando el derecho a hacer periodismo. Primero desde la intimidad con poesía, luego en publicaciones propias para describir o cuestionar su propia condición femenina, más tarde en los periódicos de circulación nacional con espacios exclusivamente destinados a sus reflexiones, y finalmente trabajando la noticia.¹⁶

LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS PERIODISTAS

Actualmente las periodistas se encuentran presentes en todas las áreas dentro de los medios, tanto escritos como electrónicos. Cada vez es menor la limitante para realizar actividades antes consideradas exclusivamente masculinas; la elección es hoy de las comunicadoras, además los cambios sociales y económicos del país han vuelto necesaria la participación de la mujer en todos los ámbitos.

Sara Lovera ha señalado que el hecho de que en las escuelas de comunicación exista hasta un 80% de mujeres habla de que la profesión se feminizó y se empobreció. Cabe aclarar aquí que no se refiere a una cuestión de contenido, sino al aspecto económico, ya que con base en su experiencia de más de treinta años en los medios, afirma que bajo diversas, y muchas veces absurdas justificaciones las mujeres siguen

¹⁵ Norma Valle, Bertha Hirriari y Ana María Amado, *op. cit.*

¹⁶ Elvira Hernández Carballido, "Las pioneras en la prensa mexicana", *op. cit.*, p. 47.

ganando menos que los hombres, al tiempo que en algunas áreas constituyen una mayoría.

Al respecto, es pertinente hacer referencia a un artículo realizado por Jill K. Conway, Susan C. Bourque y Joan W. Scott¹⁷ en el que plantean que las diferencias en las inversiones en educación, o los distintos niveles de participación en los centros de trabajo –considerados antes como las razones que explicaban las diferencias en cuanto a salarios– ya no son percibidos como razones adecuadas para justificar la brecha persistente que existe entre las ganancias que perciben hombres y mujeres con niveles semejantes de educación o entrenamiento.

Razón por la cual afirman que algunos de los problemas en torno a la movilidad laboral de las mujeres y a sus ingresos, siempre más bajos que aquellos que perciben hombres con la misma preparación, parecen ahora estar relacionados con los supuestos en torno al género que han sido incorporados a las estructuras de las grandes organizaciones y a las identidades individuales de los profesionales que las integran.

En este sentido, un resultado importante del estudio de género relativo a las profesiones es el reconocimiento de que la base de género en las identidades laborales es notablemente duradera y no se modifica fácilmente por el incremento de mujeres u hombres en un determinado grupo ocupacional. Por lo tanto, no obstante que el modelo liberal pretende lograr un cambio al permitirle el acceso a un grupo excluido, omite algo fundamental al no tomar en cuenta la durabilidad de las definiciones basadas en el género con respecto a las ocupaciones.

Ahora bien, conocer la situación real de las periodistas es muy difícil debido a la ausencia de datos que analicen específicamente su condición, además de la reticencia de las empresas, y muchas veces de ellas mismas, para proporcionar la información.

Sin embargo, en los últimos años se han realizado algunas encuestas con la intención de observar la situación de las comunicadoras de nuestro país, como la

¹⁷ "El concepto de género", en *El género: la construcción...* pp. 30-31.

aplicada por *Comunicación e Información de la Mujer, A.C. (CIMAC)* en 1995¹⁸ a las integrantes de la Red Nacional de Periodistas, que en una primera fase realizada de septiembre de 1995 a marzo de 1996 a 31 periodistas, arrojó los siguientes datos:

45% de las integrantes de la Red se ubican en un rango de edad que va de 30 a 40 años y 32% tiene de 20 a 30 años. Respecto de su estado civil, 45% son solteras y 36% están casadas. El 54% de ellas son madres, tienen entre 1 y 5 hijas/os. En cuanto a la escolaridad, 77% cuentan con estudios de licenciatura y 9% con posgrado.

Respecto de los medios donde laboran, señalaron hacerlo en más de un medio a la vez esto es, 30% en radio, 10% en televisión y 60% en periódicos, lo que significa que tienen un promedio de 1.3 trabajos diarios; 86% de las periodistas tiene como jefe a un hombre, lo que muchas veces hace más difícil la inserción de notas referentes a la problemática femenina.

En la segunda fase de la encuesta, aplicada en los meses subsecuentes a marzo de 1996 a 240 periodistas integrantes de la Red, los resultados fueron los siguientes:

55% son solteras, 31% son casadas y 5% vive en unión libre. De las mujeres que tienen hijos/as, 43% manifestaron tener uno, 39% dos, 11% tres, el 3% cuatro y el 1% cinco, lo cual habla de que las periodistas cada vez se casan menos y deciden tener menos hijas/os.

En el aspecto académico, 72% cuentan con estudios profesionales y de este porcentaje el 86% estudiaron la carrera de Ciencias de la Comunicación o Periodismo. 8% son pasantes de licenciatura y también 8% tienen estudios técnicos. Sólo 2.8% cuentan con algún posgrado; 73.5% de la población tiene por jefe a un hombre y el 26% tiene a una mujer como jefa.

Ese mismo año, Patricia Ríos Reyes¹⁹ aplicó una encuesta a 126 mujeres de 450 que trabajan medios escritos de la ciudad de México para conocer sus condiciones laborales y algunos de los resultados son los siguientes:

¹⁸ Guadalupe Beatriz Vergara Espinoza, "Discriminación para y por las mujeres en México", Especialización en Estudios de la Mujer, UAM Xochimilco, México, 1996.

¹⁹ "El ser mujer y ser periodista (Condiciones laborales de las periodistas en los diarios de la Ciudad de México)", tesis de maestría en ciencias de la comunicación, UNAM, FCP y S. Div. de Estudios de Posgrado, México, 1999.

En los 13 periódicos donde se proporcionó el número de hombres periodistas, se obtuvo una suma de 1,511. De éstos, 411 eran reporteros, 46 editores y coeditores, 45 redactores y 24 jefes de redacción, sin contar los demás puestos como fotógrafos, capturistas, investigadores, etc.

Pese al incremento en el número de mujeres periodistas en los últimos años, de 1,511 hombres en 13 diarios, en 1995 había sólo 450 mujeres en 18 periódicos, lo cual deja ver claramente la diferencia numérica entre hombres y mujeres que aún persiste. (Esta diferencia es aún más notable en el caso de puestos directivos ocupados por hombres y mujeres, pero eso se analizará en el próximo apartado).

De las 126 periodistas entrevistadas, 95 poseen la licenciatura en ciencias de la comunicación, 83 son solteras, 99 tienen entre 20 y 35 años de edad, 56 tienen una antigüedad de entre 2 y 5 años en los medios.

23 están casadas y tienen en su mayoría un solo hijo/a, 69 gozan de un solo día de descanso y 87 no tienen un horario fijo, aunque por lo general las correctoras, editoras o auxiliares de redacción sí lo poseen y son 38.

El salario promedio percibido por las encuestadas puede dividirse en dos categorías: de 1,600 a 3,000 pesos, y de 3,100 a 5,000 pesos, lo cual depende lógicamente del puesto ocupado y del periódico para el que se trabaje.

Los periódicos con mejores salarios y prestaciones fueron *Reforma*, *El Financiero*, *El Economista* y *La Jornada*. Las y los periodistas peor pagados fueron de *La Afición* y *El Sol de México*.

Otro de los aspectos importantes arrojados por el estudio es que en muchos diarios no están bien definidas las funciones de cada empleada/o, ya que por ejemplo en *El Día* las redactoras señalaron ser también correctoras, cabeceadoras y editoras. En *Excélsior* y *Novedades* el puesto llamado "redactor" se relaciona con el de reportero y en *La Jornada* y *El Nacional* son consideradas categorías diferentes, con lo que tanto las como los periodistas están desempeñando más de una actividad por el mismo salario.

De esta forma, como señala Cristina Alcayaga,²⁰ en materia laboral las periodistas no son ajenas a la discriminación, ya que enfrentan desigualdades en su salario por el mismo trabajo realizado, situación que se disfraza con una serie de categorías con que clasifican los medios a su personal de redacción, calificando su experiencia y efectividad laboral.

Por ejemplo en La Jornada, según Lucía Lagunes, asistente del Suplemento Doble Jornada, entrevistada por Patricia Ríos,²¹ un reportero E, la categoría más baja dentro del periódico, gana alrededor de \$3 000 al mes y un reportero con experiencia, un doble A, gana aproximadamente \$6 000 o \$7 000. En este sentido, lo interesante sería determinar en cual de estas categorías se encuentra el mayor número de mujeres, ya que de las 450 periodistas ubicadas en el estudio de Patricia Ríos, 279 (62%) son reporteras, pero su categoría no se especifica.

²⁰ Cristina Alcayaga (Coord.), *La mujer y los medios de comunicación. Situación de la mujer en México, aspectos educativos y culturales*. Comité Nacional Coordinador para la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer, Pekín 1995, México, Conapo, 1995, p. 34.

²¹ *Op. cit.*, p. 109.

PRESENCIA DE LAS MUJERES EN PUESTOS DE DECISIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO

En un principio se pretendió conocer la presencia y nivel de participación de las mujeres en los medios de comunicación de la ciudad de México (prensa, radio y televisión) a fin de determinar la estructura de género en los medios. Ante la negativa de los medios en proporcionar la información argumentando que se trata de información confidencial -ya que está directamente vinculada con la información de nómina, lo cual pone de manifiesto los salarios pagados a hombres y mujeres-, así como a la falta de información actualizada que desagregue por sexo datos referentes a la situación y número de trabajadoras y trabajadores de los medios -para esto se recurrió a Sindicatos y a la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT)-, se determinó, por la relativa facilidad con que se tiene acceso a los directorios de los medios -Internet, empresas de comunicación, directorios de medios y en el caso de los diarios, en los ejemplares mismos-, sistematizar la información referente a este aspecto y así precisar la influencia que podrían tener las comunicadoras en la elaboración de los contenidos de los mensajes transmitidos en los medios con base en las áreas donde tienen más representatividad y de esta forma contribuir a generar una visión equitativa del trabajo y situación de las mujeres dentro del ámbito nacional.

En lo referente a la prensa capitalina, ya en 1995 Patricia Ríos Reyes²² había señalado que el sector donde hay más presencia femenina es en el de las reporteras, que en ese año eran 279 de 450 mujeres ubicadas en los medios.

Actualmente, aunque no cuento con datos exactos, se puede decir que esta situación persiste, ya que son realmente pocas las mujeres que ocupan puestos directivos en los diarios capitalinos; con base en los resultados obtenidos con la sistematización de la información sobre los directorios de los medios se puede observar que solamente una mujer ocupa la dirección de un diario, Carmen Lira Saade, en *La Jornada*. No obstante, en los demás diarios otras áreas también son dirigidas por mujeres como son: la dirección de planeación, subdirección editorial, jefatura de información, entre otras (véanse cuadros 1 y 2).

²² *Op. cit.*

En cuanto a las áreas con jefatura de sección femenina más frecuentes en los diarios, destaca Cecilia García, de *El Día*, que es la única mujer que está a cargo de la sección deportiva en un diario capitalino, lo cual es importante porque ésta ha sido un área tradicionalmente conformada por hombres. Actualmente la presencia femenina se da en cualquier área, poco a poco se han ido eliminando las barreras para acceder la información general; así, encontramos mujeres en la jefatura de secciones como política, economía, internacional, cultura, entre otras (véanse cuadros 3 y 4).

En televisión, al igual que en prensa, sólo una mujer está a cargo de la dirección de un medio: Alejandra Lajous dirige *Canal 11*, que además destaca por ser el canal con la distribución más equitativa en cargos directivos (50% hombres, 50% mujeres) y esto en todas las áreas: mercadotecnia, producción, operaciones, promoción, etc. Las demás televisoras tienen una dirección predominantemente masculina, y la presencia femenina se ubica en áreas como promoción, servicios al cliente, ventas y patrocinios, que aunque importantes en el funcionamiento de las empresas, poco tienen que ver en la toma de decisiones respecto de los contenidos (véanse cuadros 5 y 6).

Respecto de la presencia femenina en las radiodifusoras de la ciudad de México, este medio de información está dirigido mayoritariamente por hombres, y las mujeres ahí presentes, aún contando con la capacidad para desempeñar ese puesto, lo hacen principalmente por ser familiares de los concesionarios de las cadenas radiodifusoras. (véanse cuadros 7 y 8).

Sin duda, los números resultan impresionantes y contundentes: en puestos directivos de medios escritos las mujeres representan apenas el 10% y el 26% en puestos medios; en televisión el 21% y en radio el 27%. Y aunque esta participación tan escasa, definitivamente tiene influencia en la poca sensibilidad y en la mínima cobertura informativa en torno a los temas relacionados con las mujeres, el objetivo no es que haya muchas mujeres en los medios, sería absurdo, no se trata de que "estén por estar", porque se ha demostrado que el ser mujer no siempre representa tener conciencia de lo que eso significa en una cultura patriarcal; por lo tanto, lo que se pretende es crear alternativas de comunicación donde las mujeres tengan espacios equitativos para compartir su experiencia, visión del mundo para que deje de haber una sola forma de aproximarse a la realidad y finalmente encontremos "otro modo de ser".

CUADRO 1
COMPARATIVO DE PUESTOS DIRECTIVOS OCUPADOS POR HOMBRES Y
MUJERES EN MEDIOS ESCRITOS

PERIÓDICO	Hombres N°	%	Mujeres N°	%
LA AFICIÓN	14	87.5	2	12.5
CRÓNICA	12	100	0	0
CUESTIÓN	3	100	0	0
EL DÍA	12	80	3	20
DIARIO DE MÉXICO	9	100	0	0
EL ECONOMISTA	8	88.8	1	11.2
ESTO	5	100	0	0
EXCELSIOR	12	100	0	0
EL FINANCIERO	12	100	0	0
EL HERALDO	7	77.7	2	22.3
LA JORNADA	9	90	1	10
MÉXICO HOY	10	90.9	1	9.1
MI AMBIENTE	10	76.9	3	23.1
MILENIO	14	87.5	2	12.5
THE NEWS	4	100	0	0
NOVEDADES	5	83.3	1	16.7
OVACIONES	7	87.5	1	12.5
LA PRENSA	4	100	0	0
REFORMA	17	80.1	4	19.9
EL SOL DE MÉXICO	4	100	0	0
EL UNIVERSAL	16	94.1	1	5.9
UNOMÁSUNO	11	100	0	0
TOTAL POR SEXO	205	90.3	22	9.6

FUENTE: Información obtenida de los directorios de cada medio, consultados directamente en las empresas, los ejemplares de los diarios y en Internet.

CUADRO 2
COMPARATIVO DE JEFATURAS DE SECCIÓN OCUPADAS POR HOMBRES Y
MUJERES EN MEDIOS ESCRITOS

PERIÓDICO	Hombres		Mujeres	
	Nº	%	Nº	%
CRÓNICA	6	100	0	0
EL DÍA	*	*	1	100
DIARIO DE MÉXICO	2	100	*	*
EXCELSIOR	3	100	0	0
EL FINANCIERO	7	87.5	1	12.5
EL HERALDO	3	100	0	0
LA JORNADA	6	60	4	40
MÉXICO HOY	23	92	2	8
MI AMBIENTE	3	75	1	25
MILENIO	7	70	3	30
NOVEDADES	3	75	1	25
OVACIONES	3	100	0	0
LA PRENSA	3	100	0	0
REFORMA	32	62.7	19	37.3
EL SOL DE MÉXICO	5	83.3	1	16.7
EL UNIVERSAL	6	66.6	3	33.4
UNOMÁSUNO	2	28.5	5	71.5
TOTAL	114	73.5	41	26.5

FUENTE: Información obtenida de los directorios de cada medio, consultados directamente en las empresas, ejemplares de los diarios y en Internet.

*Sin datos.

CUADRO 3
ÁREAS DIRIGIDAS POR MUJERES POR PERIÓDICO

PERIÓDICO	ÁREA
EL DÍA	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección de Administración - Dirección de Publicidad - Circulación
EL ECONOMISTA	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección Editorial
EL HERALDO DE MÉXICO	<ul style="list-style-type: none"> - Presidencia del Consejo de Administración - Jefatura de Información
LA JORNADA	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección General
MÉXICO HOY	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección de Contraloría
MI AMBIENTE	<ul style="list-style-type: none"> - Subdirección de Edición - Gerencia Administrativa - Gerencia General, Comercial y Difusión
MILENIO	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección de Planeación - Coordinación de Redacción
NOVEDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección de Vida y Estilo
REFORMA	<ul style="list-style-type: none"> - Subdirección Editorial - Dirección Editorial Adjunta - Dirección Editorial Soft News - Subdirección de Investigación
EL UNIVERSAL	<ul style="list-style-type: none"> - Jefatura de Información

FUENTE: Información obtenida de los directorios de cada medio, consultados directamente en las empresas, ejemplares de los diarios y en Internet.

CUADRO 4
JEFATURAS DE SECCIÓN OCUPADAS POR MUJERES
POR PERIÓDICO

PERIÓDICO	SECCIÓN
EL DÍA	- Deportes
EL FINANCIERO	- Economía
LA JORNADA	- Redacción - Internacional - El Correo Ilustrado - Tipografía
MÉXICO HOY	- Galería (Sociedad, Arte, Moda y Sabor)
MI AMBIENTE	- Motivaciones Educativas
MILENIO	- Negocios - Cultura - Fin de Semana
NOVEDADES	- Vida y Estilo
REFORMA	- Nacional - Internacional - Cultura Negocios - Empresas y Negocios en Expansión - Gente - Buena Mesa - Viernes Social
EL SOL DE MÉXICO	- Sociedad
EL UNIVERSAL	- Ciudad - Estados - Cultura
UNOMÁSUNO	- Zona Uno (Política) - El Valle de México - La República - El Mundo - La Cultura

FUENTE: Información obtenida de los directorios de cada medio, consultados directamente en las empresas, ejemplares de los diarios y en Internet.

CUADRO 5
COMPARATIVO DE PUESTOS DIRECTIVOS OCUPADOS POR HOMBRES Y
MUJERES EN TELEVISIÓN

TELEVISORA	Hombres N°	%	Mujeres N°	%
TELEVISA	10	76.9	3	23.1
TV AZTECA	13	100	0	0
CANAL 11	6	46.1	7	53.9
CANAL 22	6	75	2	25
CANAL 40	8	100	0	0
TOTAL POR SEXO	43	78.1	12	21.9

FUENTE: Información obtenida de los directorios de cada medio, consultados directamente en las empresas, directorios de medios y en Internet.

CUADRO 6
ÁREAS CON DIRECCIÓN FEMENINA EN TELEVISIÓN

TELEVISORA	ÁREA
TELEVISA	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección de Operaciones y Servicios al Cliente - Dirección General de Medios - Dirección Comercial de Televisión
CANAL 11	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección General - Dirección de Producción - Dirección de Operaciones - Dirección de Adquisición de Material Extranjero - Dirección Diálogos en Confianza - Dirección de Mercadotecnia y Ventas - Dirección de Promoción y Medios
CANAL 22	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección de Ventas - Gerencia de Patrocinios

FUENTE: Información obtenida de los directorios de cada medio, consultados directamente en las empresas, directorios de medios y en Internet.

**CUADRO 7
COMPARATIVO DE PUESTOS DIRECTIVOS OCUPADOS
POR HOMBRES Y MUJERES EN CADENAS RADIODIFUSORAS**

CADENA	Hombres N°	%	Mujeres N°	%
IMER	3	75	1	25
MVS RADIO	2	100	0	0
RADIO CENTRO	5	45.4	6	54.6
RADIO FÓRMULA	8	80	2	20
RADIO MIL	4	80	1	20
TELEVISA RADIO	4	100	0	0
TOTAL	26	72.2	10	27.8

FUENTE: Información obtenida de los directorios de cada medio, consultados directamente en las empresas, directorios de medios y en Internet.

**CUADRO 8
ÁREAS DIRIGIDAS POR MUJERES EN CADENAS RADIODIFUSORAS**

RADIODIFUSORA	ÁREA
IMER	- Subdirección de Mercadotecnia
RADIO CENTRO	- Presidencia Ejecutiva - Dirección Comercial Corporativa - Coordinación de Mercadotecnia Comercial - Gerencia Comercial
RADIO FÓRMULA	- Dirección de Relaciones Públicas - Dirección de Comercialización y Ventas Directas
RADIO MIL	- Gerencia de Administración y Ventas

FUENTE: Información obtenida de los directorios de cada medio, consultados directamente en las empresas, directorios de medios y en Internet.

Capítulo 3

Género y lenguaje

EL MASCULINO COMO GENÉRICO

Como una introducción a la cuestión de género y lenguaje considero adecuado comenzar con la definición clásica de diccionario que es la siguiente: "género es la clase, especie o tipo a la que pertenecen las personas o las cosas". *El Diccionario del uso del español*, de María Moliner, citado por Marta Lamas en *La antropología feminista* y la categoría "género",¹ consigna cinco acepciones de género y apenas la última es la relativa al género gramatical, es decir, a la definición gramatical por la cual los sustantivos, adjetivos, artículos o pronombres pueden ser femeninos, masculinos o neutros, esto en el caso de los artículos y pronombres.

Según María Moliner, tal asignación se hace de manera arbitraria, la cual es más evidente cuando el género atribuido cambia al pasar a otra lengua. Por ejemplo en alemán el sol es femenino, "la sol" y la luna es masculino, "el luna". Además, en alemán el neutro sirve para referirse a gran cantidad de cosas, inclusive a personas. Al hablar de niñas y niños en su conjunto, en vez de englobarlos bajo el masculino "los niños", se utiliza "les niñas, un neutro que los abarca sin priorizar lo femenino o lo masculino"².

Pero retomando a Bordieu, el orden social masculino está tan profundamente arraigado que no requiere justificación, se impone a sí mismo y es tomado como "natural", en parte porque los sistemas de género son sistemas binarios que oponen el hombre a la mujer, lo masculino a lo femenino, y esto, por lo general, no en un plan de igualdad sino en un orden jerárquico.

Y es en este punto que se sustenta la reflexión en torno a la utilización del lenguaje, especialmente de los genéricos, en el contexto de una cultura patriarcal donde las mujeres han sido excluidas como sujeto de discurso y la pretendida neutralidad ha sido en muchos casos, por decirlo de alguna manera, ingenua respecto a la importancia de la simbolización que cada cultura elabora sobre la diferencia sexual, es decir, el género.

¹ *Op. cit.*

² Marta Lamas, "La antropología feminista...", *op. cit.*, p. 185.

El origen de la actual situación de las mujeres puede remitirse a la creación del patriarcado, el cual establece como natural la valoración desigual de los hombres con relación a las mujeres, ya que a partir de la diferenciación bio-sexual de la especie se otorga superioridad a los primeros e inferioridad a las segundas.

Así, lo primero que ocurrió fue la exclusión de la mitad de la humanidad, la mujer, como sujeto de discurso. Esto significa, según la historiadora Gerda Lerner,³ que:

... se elimina nuestra participación en la formación de los sistemas de ideas. Entonces, se excluye a la mujer de la creación de símbolos y de la trascendental función de elaborar definiciones; de las definiciones que nos dicen a nosotras mismas qué es el mundo y cómo debemos pensarlo y vivirlo. Esta exclusión en el ámbito de las ideas, de conceptualización del mundo, hace que se invisibilice a la mujer en la historia, ignorándose así su participación en los eventos más trascendentales que han cambiado al mundo o que lo han explicado.

De esta forma, el uso del masculino como género neutral es producto de una historia que por mucho tiempo ocultó racismo y sexismo en su aspiración a la universalidad. Sirva como ejemplo la Declaración de los Derechos del Hombre y el Ciudadano, adoptada el 26 de agosto de 1789, la cual se negó a otorgar a las mujeres los derechos que les confería a los hombres. Cuando fue redactada, la declaración de 1789 sólo se aplicaba a los hombres y la palabra "hombre" se refería claramente a un solo género.

La elección de la palabra no era "neutral" y tampoco pretendía un alcance "universal" ya que, en Francia, se consideraba ciudadano, en sentido estricto, solamente a los que son llamados a ejercer los derechos políticos, a votar en las asambleas del pueblo, y a los que pueden elegir y ser elegidos para desempeñar cargos públicos.

Así pues, los niños, los deficientes mentales, los menores de edad, las mujeres, los condenados a pena aflictiva o infamante, no podrán ser considerados como ciudadanos.⁴

³ Citada por Norma Valle, et al., *El abc de un periodismo no sexista*, Santiago de Chile, Fempress, 1996.

⁴ Yadira Calvo F., *A la mujer por la palabra*, Heredia, Costa Rica, Editorial de la Universidad Nacional, 1990, p. 83.

No obstante, las mujeres participaron activamente en la Revolución Francesa: estuvieron en la toma de la Bastilla el 14 de julio de 1789, desfilaron en las calles de París, formaron una Sociedad de Mujeres Revolucionarias, se afiliaron a los clubes revolucionarios, tomaron la palabra tanto en lugares públicos como en los círculos políticos. Incluso Olympe de Gouges, guillotizada el 3 de noviembre de 1793 acusada de conspiradora por haber olvidado las "virtudes propias de su sexo", publica y difunde la Declaración de los Derechos de la Mujer como respuesta a la Declaración de los Derechos del Hombre y el Ciudadano.

Como puede observarse, en opinión de Yadira Calvo,⁵ "se jugó con la elasticidad de los genéricos para encogerlos con el fin de excluir a las mujeres cuando se trataba de los derechos, y estirarlos para incluirlas cuando se trataba de los deberes". A causa de esto, después de 156 años de olvido de los derechos políticos de las mujeres, la presión feminista logró la Declaración de los Derechos Humanos en 1948, que pretende evitar ambigüedades en este sentido.

A partir de lo anterior cabe entonces la pregunta de si se puede considerar que el término hombre se refiere en efecto a hombres y mujeres percibidos como seres humanos iguales, ya que por ejemplo en nuestro país, dado que la Constitución Mexicana de 1917 fue redactada lógicamente en masculino, cuando en 1924 un grupo de mujeres reclamó gozar de los mismos derechos que los hombres, puesto que "el masculino incluye al femenino en castellano", la respuesta fue una sonora carcajada.⁶

Así, de acuerdo con Aurora Marco,⁷ un aspecto fundamental para comprender el tema del sexismo en el lenguaje es la importancia que tiene la lengua en la construcción social de la mente, el vínculo que existe entre lenguaje, pensamiento y realidad y la relación entre cambios sociales y lingüísticos, ya que numerosas investigaciones han puesto de manifiesto que las lenguas son un espejo de la sociedad, producto de las relaciones sociales y un prisma que determina un modo de ver el mundo.

⁵ *Op. cit.*, p. 86.

⁶ Margarita E. Magaña Sánchez, "El término hombre ¿concepto genérico?", *fem.*, año 13, núm. 81, septiembre de 1989, p. 22.

⁷ "Las mujeres en la prensa", en *Por todos los medios Comunicación y género*, comp. por Ana María Portugal y Carmen Torres, Santiago de Chile, Ediciones de las Mujeres, ISIS, núm. 26, p. 87.

Los estudiosos ingleses David Graddol y Joan Swann, citados en el *Abc de un periodismo no sexista*, definen al lenguaje como personal, porque habita nuestro mundo privado; es el instrumento de nuestros pensamientos íntimos y de nuestros deseos. El lenguaje también es social, porque lo usamos en público y es el vehículo para comunicarnos con los demás. Y el lenguaje es además cultural porque, de acuerdo con el acercamiento semiótico, juega un papel importante en la construcción y reproducción de la cultura.

De esta manera, el lenguaje es considerado como reflejo del sexismo ancestral, así como creador y reproductor de patrones sexistas de comportamiento humano, y debido a que el nombre da prueba de la existencia de un fenómeno, el hecho de carecer de denominación constituye una censura social, porque se ignora la existencia de lo que no se nombra, y por lo tanto se prohíbe su percepción.

Rosemary Radford Ruether⁸ conceptualiza al lenguaje como "la reflexión fundamental del poder del grupo dominante para definir la realidad en sus propios términos y reducir a los grupos oprimidos a la invisibilidad", esto es, las relaciones de poder se articulan mediante el lenguaje.

A partir de la década de los setenta surge un interés por estudiar las relaciones entre género y lenguaje, hasta entonces fuera de toda investigación sobre el discurso, específicamente del lenguaje que discrimina y excluye a las mujeres, a la vez que incita y fomenta la subordinación femenina. Estos primeros estudios se caracterizaron por ser análisis de las diferentes formas mediante las cuales el propio lenguaje describe a las mujeres como menos fuertes, menos visibles e importantes que los hombres.

Asimismo, en estos años se empezó a cuestionar la naturaleza de los pronombres genéricos (él, lo, suyo, él mismo) considerándolos androcéntricos y sexistas, ya que limitaban las posibilidades y alternativas comportamentales de las mujeres.⁹

Como se mencionó anteriormente, la utilización del masculino como genérico, no obstante la pretensión de universalidad que se le confiere, ha suscitado en el contexto de esta cultura patriarcal la invisibilización, exclusión y violación de los derechos de las

⁸ *Mujer nueva, tierra nueva*, Buenos Aires, Asociación Editorial La Aurora, 1975, p. 13, cit. por Yadira Calvo, *op. cit.* p. 16.

⁹ Judy Pearson, *et al.*, *Comunicación y Género*, Barcelona, Paidós, 1993. pp. 117-118, 124-125.

mujeres al considerar el término hombre como la realidad más normal modelo de lo humano, con lo que la mujer se vuelve una derivación de ese ser original y además, como señala Ana María Portugal,¹⁰ decir hombre en una cultura sexista es "exteriorizar un subconsciente colectivo: la inmanencia y subhumanidad del sexo femenino".

Margarita E. Magaña Sánchez¹¹ cuestiona en un nivel más amplio esta utilización, ya que según ella el término hombre utilizado genéricamente encubre, por un lado, el esfuerzo, el trabajo, el genio de grupos étnicos, de grupos socioeconómicos o de pueblos enteros; por otro lado, impone parámetros característicos del grupo dominante, parámetros obviamente excluyentes que transforman a la mayoría (constituida por mujeres, niñas, niños, hombres pobres, sin formación académica, de piel oscura, etc.) en desviaciones objeto de discriminación.

No obstante, Aguas Vivas Catalá González y Enriqueta García Pascual¹² rebaten en parte la conceptualización que se ha hecho con respecto a los genéricos, ya que según ellas, la posición hegemónica que tienen los varones en la sociedad es lo que produce que un discurso con pretensiones de universalidad sea acaparado por lo masculino, excluyendo a las mujeres de la genericidad y conceptualizándolas, una vez más, como lo otro.

Así, la situación de predominio lingüístico del género gramatical masculino es confundida con la situación de dominio de lo masculino en la sociedad y es así como el género gramatical es asimilado al género social. Lo cual en su opinión es erróneo, porque en castellano el masculino es el género no marcado y tiene un doble uso: genérico/neutro y específico, mientras que el femenino siempre es marcado, lo cual responde a estados de equilibrio necesarios para la economía del sistema¹³.

Afirman que creer que la feminización es el recurso para hacer emerger a las mujeres en los discursos, "para que se vean", puede tener como consecuencia una visión de miope, ya que es la situación comunicativa la que debe decidir la pertinencia del nombre en femenino o en masculino.

¹⁰ Citada por Yadira Calvo, *op. cit.* p. 78.

¹¹ "El término hombre ¿concepto genérico?", *op. cit.*, p. 22.

¹² *Ideología sexista y lenguaje*, Madrid, Ediciones Octaedro, 1995, p. 26

¹³ *Op. cit.*, pp. 14-16.

En este sentido, considero importante reafirmar que no se puede ser tan radical en una postura respecto a la utilización o no de los genéricos, ya que si bien como señalan las autoras antes mencionadas, el problema del sexismo y la discriminación hacia las mujeres no se resuelve con la simple repetición del hombre-mujer, mexicanas y mexicanos, ciudadanos y ciudadanas, etcétera (como se ha venido haciendo últimamente en nuestro país), hay que reconocer las omisiones históricas de las que han sido objeto las mujeres y otros grupos sociales bajo la consigna de la supuesta neutralidad.

Por lo que es fundamental crear una conciencia en el uso que hacemos del lenguaje, porque si partimos del contexto de desigualdad con respecto a los sexos en el que nos ubicamos, se hace necesario renombrar las cosas para comenzar a crear –a partir del lenguaje– un nuevo marco de referencia en el que en los hechos y no sólo en las palabras exista una igualdad real, ya que sólo cambiando el contexto cultural en el que nos desenvolvemos, habrá una transformación de fondo.

LENGUAJE Y DISCRIMINACIÓN SEXUAL

Algunas investigaciones han manifestado la importancia de comprender el sistema de dominación y sumisión que subyace en nuestros sistemas simbólicos, ya que aunque los hombres y las mujeres no desempeñan roles de superioridad o inferioridad estáticos, una gran parte de la verbalización existente cumple y se ajusta al modelo de dominación y sumisión. Varios autores dedicados al estudio de las diferencias sexuales como Robin Lakoff, Barrie Thorne, Nancy M. Henley y Cheri Kramarae han comprobado que el lenguaje que utilizan los hombres y las mujeres demuestra, evidencia y perpetúa una relación superior - subordinado.¹⁴

Incluso, como señala Yadira Calvo Fajardo, en *A la mujer por la palabra*,¹⁵ múltiples vocablos castellanos con significados diferentes según el género tienen connotaciones despectivas, como es el caso de *ama*, que de acuerdo con Victoria Sau,

¹⁴ Judy Pearson, *et al.*, *op. cit.*, p. 175.

¹⁵ *Op. cit.* p. 49.

en su *Diccionario Ideológico Feminista* (Madrid, Icaria, 1990), hace ver que no es el femenino de *amo*, por cuanto sólo designa a la mujer del amo, que es quien manda. El ama, ya sea de casa, de llaves o parroquial, ejecuta labores de servidumbre. No sin razón, en una de sus acepciones significa "criada principal".

Algo semejante, continúa Calvo, ocurre con el calificativo *pública*, y las frases adjetivas *de vida libre*, *de vida alegre*, *de la calle*, que atribuidas a *mujer* adquieren el significado de *ramera*, creando, como contrapartida, la idea de que la acción exterior, la libertad, la alegría, son tipos de vida ajenos a la mujer decente.

Asimismo, María Cristina Garay, en su *Diccionario de la discriminación de la mujer en el lenguaje* (Buenos Aires, Argenta, 1994), afirma que existen cuatro formas de discriminación: como mujer, como personas, como sexo y como género femenino, lo cual da origen a un total de 300 palabras ejemplificadoras, entre las que se incluyen aquellas palabras calificativas de la mujer totalmente diferentes al significado de las mismas aplicadas al varón y/o sus respectivos géneros como arrastrada y arrastrado; palabras con dobles mensajes para la mujer a diferencia del varón como hombre público/mujer pública; en oficios y profesiones figura en la mayoría de los casos con relación al hombre, por ejemplo Mayordoma: mujer del mayordomo; el 99% de las enfermedades son de género femenino; en el caso de los sinónimos de la palabra mujer se define su sexo como inconveniente o condenable y en el caso de los hombres no; entre los sinónimos de mujer no aparece el de persona, en el caso de hombre sí; asimismo hace un cuestionamiento del orden alfabético del género femenino en los diccionarios ya que centenares de palabras no lo conservan, entre muchas otras, quedando de manifiesto la violencia aplicada al género femenino en el uso cotidiano del lenguaje.

Para Robin Lakoff:

La mujer experimenta la discriminación lingüística de dos maneras: en el modo en que le enseñan a usar la lengua, y en el modo en que el uso colectivo del lenguaje la trata a ella. Ambos tienden a relegar a la mujer a ciertas funciones subordinadas: la de objeto sexual y la de criada. Y por ello ciertas palabras significan una cosa aplicadas al hombre y otra aplicadas a la mujer, no pudiéndose pronosticar la diferencia más que relacionándola con las distintas funciones que los sexos desempeñan en la sociedad.¹⁶

De esta forma, Yadira Calvo¹⁷ menciona que la carga semántica negativa de las palabras relacionadas con la mujer y la feminidad, se debe, en gran parte, al hecho de que las mujeres han constituido a lo largo de la historia un referente negativo —sólo basta echar un vistazo a un sin número de textos religiosos y filosóficos para constatar la forma como eran consideradas—, y en tanto no varíe la ambigüedad social con respecto de las mujeres, seguiremos constituyendo un referente negativo que marcará negativamente los vocablos con los que se designe aquello que se nos relacione.

CÓMO HABLAN LAS MUJERES

Como hemos observado, a lo largo de la historia las mujeres han visto eclipsado el reconocimiento de sus derechos como seres humanos y su participación en la construcción de los sistemas de ideas. Asimismo, dado que la palabra es uno de los principales exponentes de la representatividad y valor social de una persona o de un grupo, a las mujeres durante mucho tiempo se les ha limitado de distintas formas el acceso a la palabra.

¹⁶ *El lenguaje y el lugar de la mujer*, Barcelona, Hacer, 1980, pp. 18-19.

¹⁷ *Op. cit.*, pp. 67-68.

Una de ellas era acudir, como señala Pilar García Mouton en su libro *Cómo hablan las mujeres*,¹⁸ a la autoridad de textos religiosos como el de San Pablo, que en la Primera Epístola a los Corintios señala:

Como en todas las Iglesias de los santos, las mujeres cállense en las asambleas; que no les está permitido tomar la palabra, antes bien, estén sumisas como también la Ley lo dice. Si quieren aprender algo, pregúntelo a sus propios maridos en casa; pues es indecoroso que la mujer hable en la asamblea.

De esta forma, dado que desde la antigüedad a las mujeres les ha sido asignado como único espacio de acción el hogar y el mundo privado, es lógico que el lenguaje femenino se haya constituido en íntimo, doméstico, afectivo y práctico, en contraposición con el discurso racional, público y especulativo de los hombres que se desenvuelven en el ámbito público y social.

Esta situación ha dado origen a lo que María Cristina Mata¹⁹ denomina un habla "menor", de las mujeres, que se relaciona directamente con la existencia de otra valorada, la de los hombres, que nombra los temas públicos, vinculados con la razón, el poder y el saber legitimados socialmente. En este sentido, continúa:

El silencio femenino no es pensado como ausencia de palabra, sino básicamente como exclusión de un determinado espacio y como veto: descalificación para nombrar lo que excede el campo asignado socialmente a las mujeres y para expresarse en él. De ahí que la reivindicación de la palabra femenina y los movimientos por su apropiación sean, en muchos casos, búsquedas tendientes a ampliar el universo de hablantes públicos, a conquistar un nuevo espacio social y obtener el re-conocimiento de la mujer como individuo pleno, cívicamente igualitario, actor *per se* y sin necesidad de ampararse por el intérprete o mediador varón.

¹⁸ Madrid, Arco Libros, 1999, pp. 13-14

¹⁹ "La radio por la apropiación de la palabra", en *Por todos los medios. Comunicación y género*, op. cit., pp. 54-56.

Estas diferencias en el lenguaje de los hombres y las mujeres están vinculadas directamente con el género ya que desde muy temprana edad, a los cinco años según las teorías psicoanalíticas, todo está definido, niños y niñas sueñan por lo general distinto, aunque no se haya encontrado diferencia anatómica en sus órganos del habla. Al pasar del balbuceo al habla, adoptan la forma y estilo apropiados a su género, incluso cuando juegan entre sí.

Esta situación es producida básicamente por la educación que reciben, ya que se les educa con base en los paradigmas existentes en cuanto a feminidad y masculinidad se refiere. Por ejemplo, para las mujeres estos paradigmas, según Pilar García Mouton,²⁰ implican una subordinación social a través del lenguaje, por lo tanto las mujeres deben, a diferencia de los hombres:

- Hablar poco
- Hablar bien (a diferencia del hombre que podía usar groserías, maldiciones, etc.)
- Hablar suavemente y agradablemente
- No dar órdenes sino pedir o sugerir
- No gritar
- Mantener en lo posible una apariencia infantil al hablar
- No interrumpir, saber escuchar y dar los apoyos a la conversación
- Ser cortés y huir de la discusión
- No ser afirmativa ni exponer opiniones
- No preguntar directamente

Estas y otro tipo de conductas, vinculadas directamente con el género, pudieron observarse en un estudio realizado en 1988 por Marina Subirats y Cristina Bullet,²¹ sobre el diferente trato que reciben los niños según el sexo en algunas escuelas de Cataluña.

²⁰ *Op. cit.*, pp. 62-63.

²¹ Estudio citado por Yadira Calvo, *op. cit.*, p. 121.

La investigación concluyó que los niños ocupan un 59% de la expresión verbal voluntaria producida en las aulas, y las niñas un 41%. Cuando se trata del discurso colectivo, ellos tienden a utilizar el lenguaje como instrumento de dominio, ellas tienden a usar la palabra en mayor grado como forma de relacionarse y de negociar. Las autoras infieren que las niñas participan menos, porque sus iniciativas reciben menos atención y menos estímulo. Los niños gritan más y ocupan los lugares centrales de la clase, en tanto que ellas participan menos, infringen menos las normas y se mueven en los espacios laterales. Dos formas de actuación, señalan las autoras, que podrían ser consideradas igualmente válidas, si no fuera porque una de ellas contiene poder social y la otra no.

De la misma forma, Robin Lakoff ha puesto de manifiesto que el lenguaje de las mujeres contiene marcas de inseguridad, las cuales han llegado a convertirse, frente a las del lenguaje masculino, en marcas de feminidad. Éstas, en opinión de Pilar García Mouton, son consecuencia de la alineación lingüística de la mujer, reflejo de la social, porque el hombre tiene la lengua del poder y la mujer la del dominado, ya que la obligación de callarse lleva implícita la de tolerar.²²

Por su parte, Gisela Breittling²³ señala que las mujeres estamos sin habla, no sólo por haber permanecido durante mucho tiempo sometidas al silencio, o porque cuando lográbamos hablar no se nos escuchaba, sino también porque el lenguaje reduce lo femenino a una categoría especial, lo ignora o lo confunde con lo masculino que se presenta como sexualmente neutro al pretender que expresa lo comúnmente humano.

De esta forma, regresando a la utilización generalizada de los masculinos, aunque lo normal sería esperar que las mujeres reivindicaran la utilización de los femeninos necesarios, una conducta recurrente ha sido la evolución del machismo femenino, el cual se refleja en la actitud de algunas mujeres (no todas) al no querer utilizar títulos femeninos, sino títulos masculinos, ya que según García Mouton, a través de ellos ven reflejado su acceso a una situación profesional que antes estaba reservada a los hombres.

²² *Op. cit.*, pp. 57-58.

²³ Citada por Yadira Calvo, *op. cit.*, p. 77.

Y continúa:

La tendencia por parte de algunas mujeres a apropiarse títulos masculinos no sólo busca el *status* de los hombres, sino que se basa en la necesidad de huir de una realidad histórica, ya que desde la época clásica al menos, el femenino de algunos nombres de oficio o de algunos títulos ha sido la forma habitual de designar a las mujeres que estaban casadas con quienes los tenían en propiedad: la abogada, la médica, la embajadora, valían para la mujer del abogado, del médico o del embajador, de modo que se buscaba evitar la ambigüedad recurriendo al uso de la abogada, la médico o la embajador, es decir artículo femenino + título masculino, o bien añadiendo mujer.²⁴

Sin embargo, como consecuencia del aumento de la participación de las mujeres en la escena pública y en la medida en que asumen en mayor proporción roles tradicionalmente asignados a los hombres, se ha hecho necesaria la recuperación del ejercicio de la palabra y la adecuación del lenguaje a los nuevos tiempos, ya que en palabras de María Cristina Mata,

La búsqueda de una palabra de mujer no sólo aludiría al derecho femenino de expresarse en igualdad de circunstancias y similares condiciones de posibilidad que los hombres, sino a la elaboración de un discurso que, recuperando marcas nunca esenciales, sino construidas histórica y socialmente, las reconozca como propias y valiosas. Un discurso que merece ser hablado públicamente aún cuando provenga del territorio privado, íntimo, personal o justamente por provenir de él recuperando así las ideas de integridad de los seres humanos. Una palabra digna de ser pronunciada porque identifica y desde la diferencia busca construir la igualdad.²⁵

²⁴ Pilar García Mouton, *op. cit.*, pp. 26-27.

²⁵ María Cristina Mata, "La radio por la apropiación de la palabra", *op. cit.*, p. 57.

ALTERNATIVAS PARA UN USO NO SEXISTA DEL LENGUAJE

- Una opción para evitar un uso sexista del lenguaje es detectarlo aplicando la denominada "regla de la inversión", que consiste en cambiar en una frase el término correspondiente al varón por el de mujer, si el resultado modifica en lo sustancial el contenido de la frase o, al menos, resulta chocante, puede hablarse entonces de sexismo lingüístico.
- Hacer hincapié en la utilización de genéricos colectivos reales como: la gente, la adolescencia, la juventud, el alumnado, el profesorado, la infancia, la dirigencia, el electorado, la ciudadanía, la población, etcétera.
- Emplear pronombres sin marca de género como: quien, alguien, cualquiera, entre otros.
- En lo que se refiere a las titulaciones, profesiones y oficios, utilizar el femenino o masculino según sea hombre o mujer quien desempeñe el trabajo.
- Asimismo la utilización de abstractos, especialmente para denominar oficios y cargos, tal es el caso de dirección, secretaría, profesorado, consejo de redacción o redacción, coordinación, etc.
- Utilizar el plural como genérico sólo en los contextos en que resulte suficientemente claro que incluye a los dos sexos.
- En los casos que se requiera, introducir explicativas que indiquen que el plural hace referencia a ambos sexos.

Ahora bien, estos son simplemente algunos aspectos básicos a considerar al momento de utilizar el lenguaje, que aunque definitivamente en este momento se enfocan a situaciones muy específicas y sobre todo con posibilidad de una reflexión en su uso (tal es el caso de las publicaciones, los medios de comunicación, relaciones laborales, discursos políticos, entre otros), es fundamental que comiencen a ser parte de la comunicación diaria, el lugar donde realmente pueden reflejarse los cambios a nivel de discurso, ya que si el contexto social de desigualdad con respecto a los sexos no cambia –a partir del cual interpretamos todo a nuestro alrededor– cualquier esfuerzo en este sentido será en vano.

Capítulo 4

Los noticiarios de televisión

ANTECEDENTES

La primera cobertura noticiosa realizada por la televisión mexicana fue la transmisión del 4° Informe de Gobierno del presidente Miguel Alemán Valdés, el 1° de septiembre de 1950. En ese año estaba al aire el primer noticiario formal de la televisión mexicana, *Leyendo Novedades*, conducido por Gonzalo Castellot; como su nombre lo indica, el programa consistía en leer al auditorio las noticias nacionales relevantes del día a partir de una selección de los cables que llegaban de la redacción del periódico *Novedades*.

De esta forma, los noticiarios no dependían de la empresa, entonces Telesistema Mexicano, sino de los periódicos que compraban el tiempo en televisión. Así había un noticiario *Novedades*, un noticiario *Excelsior*, etc. y se dependía totalmente del contenido de los periódicos, pero debido a las críticas del público, *Leyendo Novedades* duró poco tiempo al aire, en su lugar en diciembre de 1950, hizo su aparición el *Noticiario General Motors*.

En general los inicios de la televisión y los primeros noticiarios estuvieron marcados por la austeridad y las limitaciones propias de un proyecto que inicia y que va enriqueciéndose con la experiencia de cada día. Por ejemplo, en el programa transmitido por Televisa sobre la historia de los noticiarios de televisión, con motivo de los 50 años de la televisión mexicana, Pedro Ferriz Santacruz comenta: "los primeros días no teníamos cámaras ni camarógrafos, así que las noticias se ilustraban con mapas, fotografías o en vivo".

A pesar de que en 1934 Guillermo González Camarena desarrolló un invento que años más tarde se convertiría en la televisión a color, en México las imágenes se capturaban en blanco y negro con una cámara de cine. Sobra decir las dificultades que entrañaba este proceso, ya que primero debía revelarse el material para luego transmitirse. Incluso muchas veces el noticiario había comenzado ya y la imagen no estaba lista, con lo que el margen de error en esos años era muy amplio.

Así fueron tomando forma las primeras emisiones de los noticieros por televisión, los cuales estaban básicamente integrados por un grupo de informadores radiofónicos, encabezados por Jacobo Zabłudowsky, y por un equipo de camarógrafos que sin reportero salían a la calle a tomar algunas notas ya programadas y cubrían la información con su equipo de cine.

A tan sólo cinco años de su llegada a México, el impacto de la televisión era un hecho, el número de televisores aumentó considerablemente, cada vez más familias habían adoptado ya de forma cotidiana a la televisión como el medio más importante para informarse, debido al impacto de la imagen y el sentido de inmediatez que ofrecía.

En 1959, al percibir la fuerza, aceptación y confianza que este medio había causado en la población mexicana, se tomó la decisión de que fuera Telesistema Mexicano quien asumiera el control y la responsabilidad total de los noticieros, antes en manos de los periódicos nacionales. El encargado de llevar a cabo la institucionalización de las noticias fue Miguel Alemán Velasco. Así nace la Dirección de Noticieros de Telesistema Mexicano y con ella hacen su arribo los primeros reporteros de la televisión mexicana.

A principios de la década de los setenta se pasó lentamente del blanco y negro al color, lo cual ofrecía una opción más de representar la realidad lo más verdídicamente posible. A medida que los espacios informativos se hicieron más grandes, la cobertura de noticias fue creciendo. En esa época incursionan en Canal 5, el canal joven, Ricardo Rocha, Talina Fernández, Dolores Ayala, Patricia Suárez, Rocío Villagarcía y Juan Ruiz Healy en la conducción de *En contacto directo*.

Conforme se fortalecía el equipo de reporteros en la ciudad de México, se hacía indispensable presentar los acontecimientos de la república y nada mejor que tener correspondientes en los estados, los cuales contaban ya con repetidoras e incluso con canales locales de televisión. De esta forma se fue constituyendo una red nacional de reporteros.

En la misma década de los setenta surge el noticiero *Día con día*, que estuvo al aire de noviembre de 1969 a enero de 1972 conducido por Jorge Saldaña, Juan López Moctezuma y Juan Ruiz Healy.

Con el propósito de hacer más atractiva la emisión de noticias se abre paso a los programas de miscelánea, que incorporan el entretenimiento y la variedad a la información. Por esos años surge el *Noticiero Domecq*, conducido por Jacobo Zabłudowsky, quien sin duda ha constituido una pieza fundamental, para bien o para mal, del periodismo televisivo de México.

El 7 de septiembre de 1970 sale al aire el noticiero *24 Horas*, que por mucho tiempo y debido a los altos índices de audiencia que tenía, se convirtió en referencia obligada para gran parte del auditorio nacional e incluso se solicitó una edición adicional y así surge *24 Horas de la tarde*. Este era un noticiero con entrevistas que por primera vez en el estudio tomaba llamadas del público. Se dice que rompió la monotonía de los informativos e introdujo innovaciones para su época, como las entrevistas a figuras del espectáculo, el arte y la cultura.

El equipo de reporteros estaba encabezado por Rita Ganem, Juan Ruiz Healy, Guillermo Pérez Verdusco, el cartonista Víctor Manjares y algunos corresponsales, entre los que destacan Jesús Hermida en Nueva York, y Joaquín Peláez en Madrid. En este equipo también destacan periodistas que cobrarían notoriedad como Joaquín López Doriga, Guillermo Herrera y Rocío Villagaría, que pertenecen a la primera generación de reporteros de televisión en México.

Al fusionarse Telesistema Mexicano con Televisión Independiente de México, el 8 de enero de 1973, surge Televisa que incorpora bajo su divisa los canales 2, 4, 5 y 8 en una sola cadena, con lo que comienza el monopolio de la información en México.

El programa *Domingo a Domingo*, proyecto de corte periodístico que incluía entrevistas a personalidades de la cultura, el espectáculo, los deportes, entre otros, estuvo al aire de 1975 a 1978, conducido por Jacobo Zabłudowsky, que además en esos años contaba con varias emisiones de *24 Horas* tanto entre semana como los fines de semana, emisiones en las cuales se fueron alternando conductores. Ejemplo de ello es Virginia Sendel, quien fue nombrada titular, directora, conductora y escritora de la emisión nocturna *24 Horas del Sábado*.

Con esto los noticieros ampliaron su cobertura al fin de semana y de esta forma se transmiten dos programas de *En Contacto Directo*: con el tiempo, la segunda emisión se convertiría en *Antena 5*, conducido por Fernando Alcalá, Rocío Villagaría,

Patricia Suárez y Gerardo Peña. Este era un noticiario de media hora de información que luego se convirtió en *Flash Informativo*, con la finalidad de mantener a la audiencia informada oportunamente.

En la década de los ochenta, surge el informativo *Hoy Mismo*, que se mantuvo al aire por 18 años en el Canal 2, conducido por Guillermo Ochoa, Lourdes Guerrero, Juan Dosal, María Victoria Llamas y Juan Carlos Iracheta entre otros. A partir de este noticiario el público se acostumbró a encender el televisor por la mañana, lo cual además se convirtió en un hábito. El programa tenía noticias de información general, deportes, espectáculos, pronóstico del tiempo, artistas invitados y entrevistas.

En 1985 el Canal 8 cambió por el Canal 9 y ahí surge un nuevo programa periodístico de reportajes y entrevistas llamado *Contrapunto*, producido y conducido por Abraham Zabludovsky.

Cuando en 1986 a Jacobo Zabludovsky le es encomendada la responsabilidad de encabezar un proyecto informativo en Estados Unidos; en su lugar, dentro de *24 Horas*, quedan al frente Dolores Ayala y Abraham Zabludovsky. Años antes, Dolores Ayala participaba dentro del programa con una sección llamada *Muchas noticias en pocas palabras*, que un año más tarde se convirtió en el noticiario *Muchas Noticias*, transmitido en un principio por Canal 4.

El 1° de septiembre de 1988 es puesto en marcha el Sistema Informativo ECO, con la finalidad de "unir a los hispanoparlantes de América y del mundo a través de la televisión", transmitiendo las 24 horas del día noticias y entretenimiento. Emilio Azcárraga Milmo pone al frente del proyecto a Jacobo Zabludovsky y un equipo de colaboradores, en el que se incluían siete mujeres y siete hombres; entre ellos, Dolores Ayala, Ricardo Rocha, Talina Fernández, Guillermo Ortega, Gloria Calzada, Patricia Suárez, Abraham Zabludovsky y Rocío Villagarcía. Además estaban presentes todos los reporteros y corresponsales de *24 Horas*.

En la década de los noventa, con la compra de Imevisión surge Televisión Azteca, asimismo comienzan las transmisiones de CNI Canal 40 y se inicia la competencia en la televisión mexicana, lo cual generó una gran diversificación de la noticia que dio origen a la producción de programas informativos especializados en diferentes áreas. Por ejemplo, en los noticiarios matutinos se incorporó la información

transmitida por helicóptero. De igual forma, se dio una proliferación de noticiarios policiacos, que de acuerdo a la justificación de las empresas de comunicación que los producen, surgen como un reflejo del aumento de la inseguridad y la violencia en la ciudad de México.

Así nacen programas como *En Concreto*, *Fuera de la Ley*, *Duro y Directo* y *Ciudad Desnuda*, que debido a su tono amarillista constituyen un referente ejemplar del sexismo transmitido por los medios de comunicación, ya que como señala Elvira Hernández Carballido, en una ponencia presentada en noviembre de 1999 en la XVIII semana de la comunicación del Colegio de Bachilleres N°4, "las mujeres, en el contexto de una sociedad patriarcal y machista, en este tipo de programas son doblemente condenadas, ya sea en su rol de víctimas o de agresoras, al ser, entre otras cosas, calificadas como *chacalas*, *hienas*, *madres desnaturalizadas*..."¹

Tras la muerte en 1997 de Emilio Azcárraga Milmo, asume la presidencia de Televisa Emilio Azcárraga Jean, con lo que se dan cambios importantes en la forma de hacer los noticiarios y en la empresa en general.

El 18 de enero de 1998, después de 28 años de transmisión, llega a su término *24 Horas* y Jacobo Zabludovsky sale de Televisa, dando fin a toda una época y estilo de hacer noticiarios televisivos.

¹ "Violencia, medios de comunicación y mujeres", *fem.*, año 24, núm. 202, enero de 2000, pp. 42-46.

COMPOSICIÓN JERÁRQUICA EN LOS NOTICARIOS TELEVISIVOS

TELEVISIA

En el periodo analizado, la barra informativa de Noticieros Televisa estaba integrada por siete noticieros transmitidos de lunes a domingo, los cuales son conducidos por igual número de hombres y mujeres, con lo que la presencia y participación de las y los periodistas a primera vista parece equitativa:

NOTICARIO	HORARIO	CANAL	CONDUCCIÓN
Primero Noticias	Lunes a viernes 06:00 – 09:00	2	Jorge Berry y Lourdes Ramos
Hoy Segmento Informativo	Lunes a viernes 10:00 – 10:15 11:00 – 11:15	2	Eduardo Salazar
Noticiero de la Tarde	Lunes a viernes 14:30 – 15:00	2	Dolores Ayala y Diane Pérez
Testigo en Alerta	Lunes a viernes 17:00 – 18:15	9	Sofía Villalobos y Alejandro Cárdenas
Noticiero del 9	Lunes a viernes 20:30 – 21:15	9	Adela Micha y Leonardo Kourchenko
El Noticiero	Lunes a viernes 22:30 – 23:30	2	Joaquín López Doriga
Noticiero fin de semana	Sábado y domingo 22:00 – 22:30	4	Marisa Rivera y Santos Mondragón

Para fines de este estudio se eligieron únicamente los noticieros conducidos por una mujer y un hombre transmitidos de lunes a viernes. Debido a que los datos sobre los elementos que conforman la dirección de cada noticiero no fueron proporcionados por la empresa, lo cual serviría para tener una idea de la participación femenina en la producción de los programas, se recurrió sólo a la información de los puestos directivos generales del área de noticias de Televisa, en donde los siete cargos identificados son ocupados por hombres:

Leopoldo Gómez
Vicepresidencia de Noticias

Ignacio Lagunez
Dirección de Información

Eduardo Arvizu
Coordinación General de Información

Eliás Rodríguez
Dirección General de Operaciones

Aurelio Pérez Sánchez
Vicepresidencia de Asuntos Especiales

Amador Narcia
Vicepresidencia de Información
Nacional

Leonardo Kourchenko
Vicepresidencia de Información
Internacional

TELEVISIÓN AZTECA

En el mismo periodo Fuerza informativa Azteca estaba integrada por seis noticiarios transmitidos de lunes a domingo, los cuales son conducidos por igual número de hombres y mujeres, con lo que la presencia y participación de las y los periodistas, al igual que en Televisa, a primera vista parece equitativa:

NOTICIARIO	HORARIO	CANAL	CONDUCCIÓN
Hechos AM	Lunes a viernes 06:00 – 09:00	13	Ana María Lomelí y Ramón Fregoso
Hechos de la Tarde	Lunes a viernes 15:00 – 16:00	13	Rosa Ma. de Castro
Hechos del 7	Lunes a viernes 21:00 – 21:30	7	Pablo Latapí y Lilly Téllez
Hechos	Lunes a viernes 22:00 – 23:00	13	Javier Alatorre
Hechos del sábado	Sábado 15:00 – 16:00	13	Hannia Novell y José Martín Sámano
Hechos	Domingo 21:00 – 22:00	13	Javier Alatorre

No obstante, los puestos de decisión dentro del área de noticias, incluyendo la producción de los noticiarios conducidos por un hombre y una mujer, continúan bajo dirección masculina, a excepción de la gerencia de logística:

Tristán Canales
Dirección General de Noticias

Patricia Fernández
Gerencia de logística

Raúl Sánchez Carrillo
Dirección de Noticias

Oscar Salcedo
Productor Hechos del Siete

Gregorio Ortega
Jefatura de Información

Raymundo Ramírez
Productor Hechos AM

Juan Carlos Barajas y Francisco T.
Gerencia de Información

CNI CANAL 40

El área de noticias de CNI Canal 40 al momento de realizar esta investigación estaba integrada únicamente por dos noticiarios: El mañanero y CNI Noticias. Asimismo es transmitido CNI Internacional, pero este informativo no es producido por la televisora, por lo que no fue contemplado para la investigación.

NOTICIARIO	HORARIO	CANAL	CONDUCCIÓN
El mañanero	Lunes a viernes 07:00 – 10:00	40	Víctor Trujillo
CNI Noticias	Lunes a viernes 22:00 – 23:00	40	Denise Maerker, Ciro Gómez Leyva y Pilar Álvarez Laso.

En CNI Noticias, al igual que en las otras televisoras, los puestos de decisión están mayoritariamente bajo dirección masculina, ya que de once cargos directivos, sólo tres (27.7%) son ocupados por mujeres:

Carlos Tamez
Producción Ejecutiva

Javier Corona
Coordinación Editorial

Roberto López
Coordinación General

Manuel Feregrino
Información

Roberto Velásquez Bolio
Redacción

Eduardo Ortiz
Dirección de Cámaras

Juan Manuel Arozamena
Producción

José Luis Peregrino
Producción de Enlaces

Azyidé Sabines
Coordinación de Producción

Patricia Santana
Coordinación de Invitados

María Eugenia López
Corresponsales

En este caso, a diferencia de las otras televisoras, si se tuvo acceso a la información completa sobre el equipo que trabaja en CNI Noticias, el cual está conformado por 89 personas, de las cuales 17 son mujeres (19.10%) y 72 son hombres (80.89%), siendo las reporteras y diseñadoras gráficas las más representativas, ya que de 8 reporteros, 5 son mujeres (62.5%); y de 4 diseñadores gráficos, 3 son mujeres (75%). Las demás áreas están integradas mayoritariamente por hombres, y destacan por la ausencia de participación femenina las referentes a cuestiones técnicas como video, cámaras, enlaces, master e iluminación, donde la presencia es nula.

Lo que reafirma que, no obstante la participación activa y creciente en los últimos años de las mujeres en las universidades, en el ámbito laboral todavía persiste una apropiación de tareas o campos de actividad basada en el género, es decir, de la interpretación social de las capacidades humanas a partir de la diferencia sexual, la cual promueve en los hombres la realización de actividades que demuestren –en muchos casos– superioridad física (por ejemplo estas cuestiones técnicas), y en las mujeres valoran lo contrario, es decir la debilidad y la pasividad.

Desde luego, esta interpretación tiene una influencia determinante en la asunción "natural" de ciertos roles que no permiten alternativa viable capaz de eliminarlos, ya sea por parte de las propias mujeres y hombres que las aceptan como inmutables; e incluso cuando éstos llegan a cuestionarlo, no hay espacios de desarrollo posibles tanto social como laboralmente.

ESTRUCTURA DE LOS NOTICARIOS TELEVISIVOS

Dado que el estudio de televisión es la parte visible de una estructura de tratamiento y producción de la información televisiva, es importante reconocer los elementos que lo constituyen a fin de identificar el modo de construcción de los discursos mediados, ya que de acuerdo con Lorenzo Vilches,

La retórica de la presentación de las noticias consiste en estudiar la ideología subyacente en la información diaria. La ideología no es sólo el contenido declarado implícito de la información, pues se halla fundamentalmente en la relación entre expresión y contenido, esto es, en la manifestación formal del discurso. Y esto es la retórica.²

Asimismo es importante definir el término escenario, que en los estudios discursivos suele utilizarse para referirse a los elementos físicos en los que se produce un determinado evento comunicativo, es decir, básicamente el espacio, el tiempo, su organización y elementos fundamentales de lo que se denomina contexto, el cual marca la línea divisoria entre los estudios discursivos y los puramente gramaticales.³

En general, la escena televisiva aparece construida con una cierta regularidad. El espacio del estudio televisivo, despojado de elementos escenográficos, simula ser una oficina con un escritorio en el centro, en donde se ubica al o los conductores o conductoras (en nuestro país, en los noticiarios conducidos por una mujer y un hombre, las mujeres se ubican en el lado izquierdo de la pantalla y los hombres en el lado derecho), quienes a partir del vestuario, maquillaje y peinados poco llamativos y sobrios ofrecen una imagen socialmente aceptada y formal, la cual pretende reflejar credibilidad y neutralidad al auditorio.

La interpretación de esta ubicación de las mujeres al lado izquierdo y los hombres al lado derecho de la imagen televisiva del noticiario puede vincularse directamente con el marco de referencia de la cultura occidental, a partir del cual lo que se encuentra del

² Lorenzo Vilches, *Manipulación de la información televisiva*, Madrid, Paidós, 1989, p. 269.

³ Helena Calsamiglia, et al., *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*, Barcelona, Ariel Lingüística, 1999, p. 106.

lado izquierdo carece de valor, recordemos que "cero a la izquierda no vale", por citar sólo un ejemplo de las expresiones que además de tener una razón objetiva vinculada al lenguaje matemático, posee una connotación social muy fuerte.

Entonces, ¿será que la presentación de los conductores de los noticieros televisivos obedece a esta lógica?. Sería aventurado afirmarlo, sin embargo no hay que restar importancia a estas construcciones simbólicas que de manera inconsciente aplicamos en nuestra vida diaria y nos sirven de referencia en la interpretación de la realidad social que elaboramos.

Dentro de la estructura del noticiero es común que sea el conductor general quien sintetice, dé la palabra y preanuncie lo que dirá más adelante el corresponsal o locutor específico.

Ocasionalmente hay un teléfono, el cual cada vez más deja de aparecer físicamente ya que las llamadas son transferidas al estudio sin necesidad de utilizarlo; sin embargo su presencia es latente para la realización de entrevistas o la recepción de la información de último momento. De la misma forma, pueden encontrarse papeles (que constituyen el guión del noticiero) sobre el escritorio.

Actualmente también es importante una computadora como centro de recepción de la información y la presencia de empleados trabajando. La visualización y encuadre del estudio pueden ser muy variados pero básicamente la estructura es ésta porque obedece al principio de la economía de la información y del lenguaje.

No obstante los avances tecnológicos, el protagonismo del estudio no ha sido desplazado ya que todo pasa entre el discurso del presentador y el espacio del escenario construido a su alrededor; aunque algunos informativos sustituyen estos elementos por la incrustación en pantalla de una serie de monitores de la sala de realización o se muestran las cámaras, la iluminación o algún monitor de video en estudio.

Pero ninguna de estas variaciones distorsionan lo importante del centro del informativo televisivo, que es simular el carácter externo del trabajo periodístico. Sin embargo, existen ciertos elementos que tienden a hacerla más compleja como el uso de diferentes cámaras así como la utilización de diferentes tipos de iluminación, que en el estudio es generalmente equilibrada y morbida.

Por otra parte, Lorenzo Vilches afirma que hay una relación estrecha entre la forma de transmitir información por televisión y el formato de la prensa escrita, debido a que los telediarios nos han acostumbrado a la presentación del espectáculo de las noticias imitando la estructura del formato de una página. Así,

La página del telediario es una unidad visual de lectura delimitada por los márgenes de la pantalla de cristal del receptor sobre la cual se manifiestan durante un cierto tiempo (siendo el código temporal lo específico de la página televisiva) un conjunto de informaciones, esto es noticias. Asimismo, la tendencia cada vez mayor en las televisiones del mundo a servirse de los recursos de la tipografía electrónica refuerzan todavía más el modelo referencial de la página del periódico en la televisión.⁴

La mayor parte de los telediarios recurren sistemáticamente a las mismas estructuras formales, las cuales se hallan compuestas por una cantidad variada de recursos visuales entre los que se encuentran: caretas que indican la sección, gráficos, fotos, mapas, *chomakey*, efectos visuales generales o animaciones, textos en superimpresión producidos por el *teleprinter*, viñetas junto al presentador, las cuales en la práctica de los telediarios están colocadas la mayoría de las veces a la derecha del presentador, y finalmente el sumario o resumen, que es un híbrido entre efectos visuales y sonoros.

Vilches señala que en la pantalla de un informativo como parte de los recursos visuales se encuentran presentes diversas clases de signos, entre ellos:

- Signos que permiten inferencias naturales, y que sirven al telediario para dar síntomas o indicios de la información, sin llegar a dar la información completa. Son aquellos que permiten al espectador saber en qué tiempo se está emitiendo el telediario, si la información se realiza en conexión con una correspondencia o bien desde el estudio, en la calle. Es decir, son los márgenes de la información, los restos del contexto, los indicios del lugar, del tiempo y de los actores que protagonizan el telediario.

⁴ Lorenzo Vilches, *op. cit.*, pp. 96-97.

- Luego se encuentran los signos de equivalencia arbitraria que son aquellos que se emiten con la intención de comunicar algo, más allá de la noticia estricta. Características de este tipo de signos son las viñetas generadas por computadora junto al presentador, las caretas de sección, las imágenes dibujadas por procedimientos analógicos, etc.
- Los signos de equivalencia analógica son aquellos que conocemos como diagramas, mapas, gráficos, etc., que tienen cierta analogía con el objeto que quieren describir.⁵

La imagen de los informativos diarios está integrada a partir de encuadres frontales y sencillos, un ritmo repetitivo en los movimientos de cámara, de los cuales los más frecuentes son la cámara fija, panorámicas de izquierda a derecha y al revés, *zoom* o *travelling* hacia delante o hacia atrás.

Por ejemplo, el primer plano favorece al conductor estrella; el plano medio (el más utilizado) favorece la neutralidad y objetividad entre el acontecimiento y el conductor, y el plano general es un elemento de contextualización que favorece la imagen del lugar donde se fabrica el telediario o la noticia; aunque en la mayoría de los noticiarios existen pocos planos generales, éstos muestran a los conductores en el escenario del estudio, generalmente al inicio y al final de la emisión o entre los cortes a comerciales, acompañados además de la ráfaga musical que identifica al noticiario.

De esta forma, el ritmo del telediario es una representación de la velocidad a través de diferentes maquinarias de representación tales como aparecer/desaparecer (del conductor), de idas y venidas (panorámicas), de páginas electrónicas, de efectos musicales, de insertos gráficos, etc. Pero también de duración, no sólo porque el telediario modela el ritmo de aparición de la información, sino porque manipula el tiempo de la imagen y el sonido a partir de la detención de la imagen, repetición de secuencias, *flash-back*, etc.⁶

⁵ *Ibid.*, pp. 278-280.

⁶ *Ibid.*, p. 138.

Como puede observarse, la organización del telediario como una estructura de conjuntos informativos en función de una segmentación en páginas, sigue el criterio de reagrupación por conjuntos del modelo de la prensa diaria.

De tal suerte que en televisión hay tantos tiempos como géneros y entre las diferentes temporalidades dentro del mismo programa es posible identificar la temporalidad del sumario o resumen, la correspondiente a la información local, a la deportiva, a la política, etc.

En los noticiarios objeto de análisis en esta investigación, la distribución espacio-temporal se manifiesta de la siguiente forma: se pueden identificar dos espacios de tiempo estáticos o característicos de dichos noticiarios; uno, el que se refiere al conjunto de bloques informativos -que varían en número dependiendo la duración del noticiario-, y están constituidos por todos los elementos orales, escritos, musicales, icónicos (secciones, entrevistas, comentarios, enlaces, resúmenes, etc.), los cuales generan asimismo otros tiempos dentro del espacio informativo, que son presentados desde el inicio del programa hasta la inserción de segmentos de comerciales, que marcan el ritmo de la presentación de las noticias, y además representan el segundo tiempo de los noticiarios. (véanse los siguientes cuadros)

NOTICARIO PRIMERO NOTICIAS	NÚMERO	DURACIÓN	TOTAL
BLOQUES INFORMATIVOS	11	1.- 20'55"	2 h 33'08"
		2.- 14'13"	
		3.- 9'50"	
		4.- 2'18"	
		5.- 20'56"	
		6.- 13'52"	
		7.- 13'26"	
		8.- 11'46"	
		9.- 9'22"	
		10.- 10'17"	
		11.- 15'46"	
SEGMENTOS DE COMERCIALES	10	1.- 3'16"	31'09"
		2.- 3'40"	
		3.- 3'53"	
		4.- 2'48"	
		5.- 3'03"	
		6.- 3'23"	
		7.- 2'34"	
		8.- 3'28"	
		9.- 3'16"	
		10.- 1'58"	
SECCIONES	7	Primero Finanzas 9'14"	57'12"
		Primero Deportes 19'47"	
		Primero el Clima 6'04"	
		Primero Internacional 3'12"	
		Primero La Noche 3'32"	
		Resúmenes 8'28"	
		Helicóptero 6'55"	
ENTREVISTAS	1	13'30"	13'30"

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

NOTICIARIO HECHOS DEL SIETE	NÚMERO	DURACIÓN	TOTAL
BLOQUES INFORMATIVOS	5	1.- 4'48"	21'49"
		2.- 2'03"	
		3.- 6'55"	
		4.- 5'11"	
		5.- 2'52"	
SEGMENTOS DE COMERCIALES	4	1.- 3'24"	11'06"
		2.- 2'52"	
		3.- 2'23"	
		4.- 2'27"	
SECCIONES	6	Lo de Hoy 3'22"	13'37"
		Nacional 3'07"	
		Ciudad 2'52"	
		Política 56"	
		En el Mundo 53"	
Deportes 2'27"			
ENTREVISTAS*	0	—	—

*Nota: Las entrevistas, debido a la duración del noticiario, son ocasionales y se llevan a cabo vía telefónica por lo que su duración depende de factores como la relevancia, el tiempo, etc.

EL NOTICIERO DEL NUEVE	NÚMERO	DURACIÓN	TOTAL
BLOQUES INFORMATIVOS	4	1.- 10'10"	31'14"
		2.- 8'41"	
		3.- 12'14"	
		4.- 9"	
SEGMENTOS DE COMERCIALES	3	1.- 2'22"	7'28"
		2.- 2'43"	
		3.- 2'23"	
SECCIONES	1	Deportes 2'04"	2'04"
ENTREVISTAS	0	—	—

NOTICARIO CNI NOTICIAS	NÚMERO	DURACIÓN	TOTAL
BLOQUES INFORMATIVOS	5	1.- 11'59"	57'48"
		2.- 18'36"	
		3.- 16'19"	
		4.- 5'30"	
		5.- 5'24"	
COMERCIALES	4	1.- 1'30"	5'32"
		2.- 1'31"	
		3.- 1'31"	
		4.- 1'00"	
SECCIONES	2	Cierre de mercados 1'25"	5'11"
		Internacional 3'46"	
ENTREVISTAS	3	1'57"	18'55"
		8'38"	
		8'20"	

NOTICARIO HECHOS AM	NÚMERO	DURACIÓN	TOTAL
BLOQUES INFORMATIVOS	13	1.- 13'43"	2 h 33'30"
		2.- 21'46"	
		3.- 8'30"	
		4.- 11'06"	
		5.- 16'50"	
		6.- 7'06"	
		7.- 9'43"	
		8.- 17'16"	
		9.- 16'08"	
		10.- 12'10"	
		11.- 8'34"	
		12.- 6'00"	
		13.- 4'38"	
COMERCIALES	12	1.- 2'42"	32'53"
		2.- 1'14"	
		3.- 2'22"	
		4.- 3'07"	
		5.- 1'02"	
		6.- 2'12"	
		7.- 3'22"	
		8.- 2'51"	
		9.- 3'25"	
		10.- 3'41"	
		11.- 3'15"	
		12.- 3'40"	
SECCIONES	12	Principales	
		El Mundo	
		Política	
		Dinero y Empleo	
		El Estado del Tiempo	
		Horóscopos	
		Hechos de Peluche	
		Deportes	
		Sección de Medicina	
		Espectáculos	
		Resúmenes	
Helicóptero			
ENTREVISTAS	2	13'15"	23'47"
		10'32"	

Para Lorenzo Vilches,⁷ la estrategia de la información en televisión consiste en la puesta en escena del discurso informativo y de las estructuras informativas que comprenden, dentro de la noción de género informativo, el programa (y el lugar estratégico que ocupa el programa dentro de la circulación de otros programas similares), la construcción de los "valores" informativos y la instalación de los sujetos de la información.

En la televisión, el mundo se convierte en un texto atravesado por los signos de un discurso donde la realidad se reorganiza en una puesta en escena encaminada a la transmisión de información en cuyo seno las transformaciones y las reconstrucciones del espacio constituyen lo más importante de la actividad formal y expresiva desarrollada por sus profesionales.⁸

En opinión de Van Dijk,⁹ la influencia del discurso noticioso radica en que aparte de influir en el importante contenido de nuestros conocimientos y actitudes, lo hace especialmente en las jerarquías de importancia y en los procedimientos de evaluación de la cognición social, promoviendo implícitamente las creencias y opiniones dominantes de grupos de élite en la sociedad.

Ahora bien, la razón por la cual muchos estudios se centran en el análisis de las noticias televisivas, es que por lo general tienen un público amplio y, en consecuencia, pueden desempeñar un rol central en el tratamiento de la información pública. Asimismo, como señala Lorenzo Vilches, los medios tienen una especificidad propia de influencia; por ejemplo, en la televisión, el factor temporal permite interrumpir una programación habitual para dar información, lo cual hace crecer el poder espectacular del mensaje, o bien, a través de los enlaces vía satélite o la vigilancia constante del helicóptero, los cuales apuestan con una cierta ventaja sobre la inmediatez de la información que la prensa no tiene, así como depositar gran parte de su credibilidad en el uso de la imagen, de la cual carece la radio.

⁷ Lorenzo Vilches, *Manipulación de la información televisiva*, Madrid, Paidós, 1989, p. 18.

⁸ *Ibid.*, p. 84.

⁹ Teun A. Van Dijk, *La noticia como discurso*, Madrid, Paidós, 1990, p. 124.

La estrategia global de la estructuración del reportaje noticioso se basa en la importancia; la información más importante o más interesante tiende a aparecer en primer lugar. Lógicamente, es una estrategia altamente subjetiva y que puede influir en las formas en que a los lectores se les presente una estructura de los acontecimientos mundiales. Por ende, las estructuras de la prensa, por orden de importancia, señalan estructuras de importancia social y, al mismo tiempo, pueden legitimar y con ello reproducir tales estructuras.¹⁰

Dicha estrategia se lleva a cabo mediante la aplicación de diferentes recursos, por ejemplo, las cámaras de televisión a partir del juego de un plano con otro, o la duración (como la congelación de la imagen) valoran, acentúan y operan una selección de los acontecimientos enfocando ciertas acciones y olvidando otras, lo cual constituye además una interpretación.

Existe otra operación consistente en la focalización, la cual permite que los núcleos de información original se puedan reordenar modificando sus prioridades y sus funciones originales. Esta operación está vinculada directamente con el ocultamiento como estrategia de manipulación de la información, dado que el procedimiento de focalizar ciertos contenidos y ocultar otros no permite que se pueda conocer otro punto de vista ni otra perspectiva que la expuesta por los informadores, lo cual es justificado a partir de la consideración de lo importante y lo marginal, con base tanto en los parámetros sociales como en los de los propios medios.

Con respecto a esto, Vilches afirma que con la introducción del estudio de la *agenda-setting*, según la cual los medios de comunicación pueden indicar a sus destinatarios en torno a qué temas deben pensar, qué contenidos deben incluir o excluir de su conocimiento, a qué acontecimientos dar o no importancia, qué cosas valorar de las personas y problemas, etc., se intenta ir más allá de la cuantificación descontextualizada, integrando el estudio de la noticia en sus diferentes contextos (económico, social, político, etc.) y al mismo tiempo hacer resaltar el carácter de la importancia social de los temas y procesos de tematización informativa.

¹⁰ Teun A. Van Dijk, *Estructuras y funciones del discurso*, 11ª. ed., México, Siglo XXI, 1997, p. 176.

De la misma forma, la utilización del concepto de *agenda-setting* permite estudiar los criterios de importancia que permiten seleccionar los acontecimientos transformados posteriormente por los medios en noticias. Asimismo, que se pueda estudiar tanto el aspecto de frecuencia temática como la tematización de las informaciones y el papel jugado por el sumario, a partir del orden de las informaciones y el tiempo dedicado a los temas seleccionados.

Con referencia específicamente al sumario o resumen, se puede decir que en un telediario éste tiene un efecto masivo de énfasis general sobre todo el informativo, de modo que induce a pensar que ésas son las noticias verdaderamente importantes del día. De esta forma, el hacer resúmenes implica la selección, supresión y, especialmente, la jerarquización.

Finalmente, como puede observarse, y recurriendo a Van Dijk,¹¹ las ideologías se relacionan con las representaciones cognitivas que subyacen en la producción y la comprensión de la noticia, lo cual permite explicar la importante función de reproducción que desempeñan los medios informativos, ya que el vínculo de las estructuras de la sociedad, la postura de las instituciones noticiosas que están dentro del orden dominante y las prácticas periodísticas de elaboración de noticias, se manifiestan en las estructuras textuales de los reportajes noticiosos.

Así, la selección y focalización en actores y fuentes destacadas o en acontecimientos comprensibles e ideológicamente coherentes, los resúmenes, la organización esquemática, descripción de los actores, evaluaciones y muchas otras características de los reportajes noticiosos, contribuyen –a veces sutilmente– a la reproducción del poder en la sociedad, ya que como proveedores principales de discursos públicos, los medios informativos proporcionan algo más que una agenda de temas y debates públicos.

A continuación se presentan cinco cuadros con los resultados del monitoreo realizado a los noticiarios de televisión seleccionados para este estudio, los cuales fueron grabados en formato VHS durante la semana del 14 al 18 de mayo de 2001 en su horario habitual, donde cabe mencionar al Noticiario Hechos del siete, que dos días (el 17 y 18 de mayo) cambió su horario y no pudo ser grabado.

¹¹ *Estructuras y ...*, op. cit., p. 179 y *La noticia...*, op. cit., p. 259.

Los aspectos que fueron considerados en el análisis de los noticiarios giraron en torno a tópicos que reflejaran el nivel de participación de las mujeres y los hombres que en ellos colaboran, así como su reflejo en el contenido del programa, tales como el número de intervenciones de cada conductor y conductora, en donde las intervenciones se refieren en general al número de veces que el o la conductora toman la palabra, ya sea para hacer comentarios, presentar notas o entrevistas, dar avances, mandar a comerciales, etcétera. Posteriormente se contabilizan de manera más específica los turnos de habla que se refieren a cada uno de los aspectos antes mencionados (comentarios, notas, avances, pausas...) con el objetivo de analizar la participación de cada uno/una y su influencia dentro del discurso noticioso, así como de las y los otros colaboradores del programa (reporteros, conductores de sección permanente, entrevistados, corresponsales).

Los cuadros muestran también la cantidad de notas leídas (ya sea por los conductores principales, de sección o reporteros), su porcentaje y ubicación en cada noticiario durante la semana de grabación; así como las que tienen algún referente femenino, masculino o neutral (temas generales, instituciones, países, finanzas, clima, etc.), con el objetivo de determinar, aunque sea de manera cuantitativa, la presencia o ausencia de temas en este sentido, y la participación de diversos especialistas – hombres y mujeres– en las entrevistas, considerando los parámetros del concepto de *agenda-setting* arriba mencionado.

La ubicación de las notas en los resúmenes o avances resulta especialmente relevante ya que, con base a la estructura discursiva de los noticiarios propuesta por Vilches, la selección de estas notas, de entre todas las demás, representa una selección subjetiva de lo considerado "más importante" y sobre lo cual torna su atención en mayor medida la opinión pública, al estar presentes en lugares y momentos estratégicos de la transmisión televisiva. (véanse los siguientes cuadros)

CUADRO 1. NÚMERO DE INTERVENCIONES Y NOTAS EN EL NOTICARIO PRIMERO NOTICIAS

FECHA:	14 DE MAYO	15 DE MAYO	16 DE MAYO	17 DE MAYO	18 DE MAYO	TOTAL	%													
NÚM. DE INTERVENCIONES JORGE B.	56	53	55	55	41	260	56													
NÚM. DE INTERVENCIONES LOURDES R.	43	40	43	44	35	205	44													
NÚM. COMENTARIOS JORGE B.	6	9	5	6	2	28	87.5													
NÚM. COMENTARIOS LOURDES R.	0	2	0	2	0	4	12.5													
NÚM. DE PAUSAS QUE ANUNCIA JORGE B.	5	5	3	6	6	25	74													
NÚM. DE PAUSAS QUE ANUNCIA LOURDES R.	2	2	0	2	3	9	26													
COLABORADORES HOMBRES POR SECCIÓN	3	3	3	3	3	3	50													
COLABORADORAS MUJERES POR SECCIÓN	3	3	3	3	3	3	50													
NÚM. DE INTERV. DE SECCIÓN (HOMBRES)	12	10	10	8	9	39	53													
NÚM. DE INTERV. DE SECCIÓN (MUJERES)	8	7	8	6	6	35	47													
NÚM. DE NOTAS REALIZADAS POR HOMBRES	17	12	17	14	13	73	66													
NÚM. DE NOTAS REALIZADAS POR MUJERES	7	9	7	5	10	38	34													
CORRESPONSALES HOMBRES	4	2	2	4	4	16	57													
CORRESPONSALES MUJERES	3	3	2	1	3	12	43													
NÚM. DE NOTAS DE REPORTERAS QUE SE REFIEREN A LA MUJER	0	3	1	0	1	5	38													
NÚM. DE NOTAS DE REPORTEROS QUE SE REFIEREN A LA MUJER	2	1	1	2	2	8	62													
NÚM. DE MUJERES ENTREVISTADAS	0	0	1	1	1	3	50													
NÚM. DE HOMBRES ENTREVISTADOS	0	0	2	1	0	3	50													
NÚM. DE NOTAS•	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	T	%
	4	27	38	9	30	26	3	27	22	8	37	16	6	28	24	30	149	126	305	100
% NÚMERO TOTAL DE NOTAS•																10	49	41		100
NÚM. DE NOTAS EN AVANCES•	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	T	%
	6	21	15	7	22	14	5	17	21	9	28	13	6	11	16	33	99	79	211	100
% NÚMERO TOTAL DE NOTAS EN AVANCES•																16	47	37		100

• F= Femenino

• M= Masculino

• N= Neutral

• T= Total

CUADRO 2. NÚMERO DE INTERVENCIONES Y NOTAS EN EL NOTICARIO HECHOS AM

FECHA:	14 DE MAYO	15 DE MAYO	16 DE MAYO	17 DE MAYO	18 DE MAYO	TOTAL	%													
NÚM. DE INTERVENCIONES RAMON F.	36	37	29	29	28	159	43													
NÚM. DE INTERVENCIONES ANA MARÍA L.	48	40	44	40	39	211	57													
NÚM. COMENTARIOS RAMON F.	-	-	-	-	-	-	-													
NÚM. COMENTARIOS ANA MARÍA L.	-	-	-	-	-	-	-													
NÚM. DE PAUSAS QUE ANUNCIA RAMON F.	6	6	5	6	4	27	44													
NÚM. DE PAUSAS QUE ANUNCIA ANA MARÍA L.	6	7	8	6	8	35	56													
COLABORADORES HOMBRES POR SECCIÓN	5	5	5	5	5	5	56													
COLABORADORAS MUJERES POR SECCIÓN	2	3	3	2	3	4	44													
NÚM. DE INTERV. DE SECCIÓN (HOMBRES)	20	20	16	18	18	92	84													
NÚM. DE INTERV. DE SECCIÓN (MUJERES)	3	4	3	3	4	17	16													
NÚM. DE NOTAS REALIZADAS POR HOMBRES	20	12	14	17	11	74	63													
NÚM. DE NOTAS REALIZADAS POR MUJERES	4	7	8	12	12	43	37													
CORRESPONSALES HOMBRES	0	2	1	3	0	6	46													
CORRESPONSALES MUJERES	1	1	1	2	2	7	54													
NÚM. DE NOTAS DE REPORTERAS QUE SE REFIEREN A LA MUJER	1	1	0	0	2	4	57													
NÚM. DE NOTAS DE REPORTEROS QUE SE REFIEREN A LA MUJER	2	0	0	1	0	3	43													
NÚM. DE MUJERES ENTREVISTADAS	0	0	0	1	3	3	27													
NÚM. DE HOMBRES ENTREVISTADOS	3	3	2	1	0	8	73													
NÚM. TOTAL DE NOTAS•	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	T	%
	12	38	38	6	29	23	2	44	24	2	33	17	3	29	21	25	173	123	321	100
% NÚM. TOTAL DE NOTAS•																8	54	38		100
NÚM TOTAL DE NOTAS EN AVANCES•	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	T	%
	4	14	15	2	10	22	0	15	19	0	3	14	10	21	17	16	63	87	166	100
% NÚM TOTAL DE NOTAS EN AVANCES•																10	38	52		100

• F= Femenino

• M= Masculino

• N= Neutral

• T= Total

CUADRO 3. NÚMERO DE INTERVENCIONES Y NOTAS EN EL NOTICARIO HECHOS DEL SIETE

FECHA:	14 DE MAYO	15 DE MAYO	16 DE MAYO	17 DE MAYO	18 DE MAYO	TOTAL	%																	
NÚM. DE INTERVENCIONES PABLO L.	24	18	15			57	50																	
NÚM. DE INTERVENCIONES LILLY T.	27	15	16			58	50																	
NÚM. COMENTARIOS PABLO L.	1	1	3			5	100																	
NÚM. COMENTARIOS LILLY T.	0	0	0			0	0																	
NÚM. DE PAUSAS QUE ANUNCIA PABLO L.	2	2	2			6	56																	
NÚM. DE PAUSAS QUE ANUNCIA LILLY T.	2	1	2			5	45																	
COLABORADORES HOMBRES POR SECCIÓN	3	3	3			3	100																	
COLABORADORAS MUJERES POR SECCIÓN	-	-	-			-	0																	
NÚM. DE INTERV. DE SECCIÓN (HOMBRES)	6	4	5			15	100																	
NÚM. DE INTERV. DE SECCIÓN (MUJERES)	-	-	-			-	-																	
NÚM. DE NOTAS REALIZADAS POR HOMBRES	-	-	-			-	-																	
NÚM. DE NOTAS REALIZADAS POR MUJERES	-	-	-			-	-																	
CORRESPONSALES HOMBRES	0	1	0			1	50																	
CORRESPONSALES MUJERES	0	0	1			1	50																	
NÚM. DE NOTAS DE REPORTERAS QUE SE REFIEREN A LA MUJER	-	-	-			-	-																	
NÚM. DE NOTAS DE REPORTEROS QUE SE REFIEREN A LA MUJER	-	-	-			-	-																	
NÚM. DE MUJERES ENTREVISTADAS	-	-	-			-	-																	
NÚM. DE HOMBRES ENTREVISTADOS	-	-	-			-	-																	
NÚM. TOTAL DE NOTAS•	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	T	%				
	3	19	18	6	20	13	2	20	9							11	59	40	110	100				
% NÚM. TOTAL DE NOTAS•																				10	54	36		100
NÚM TOTAL DE NOTAS EN AVANCES•	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	T	%				
	0	3	11	1	3	8	0	2	7							1	8	26	35	100				
% NÚM TOTAL DE NOTAS EN AVANCES•																				3	23	74		100

• F= Femenino

• M= Masculino

• N= Neutral

• T= Total

CUADRO 4. NÚMERO DE INTERVENCIONES Y NOTAS EN EL NOTICARIO DEL NUEVE

FECHA:	14 DE MAYO	15 DE MAYO	16 DE MAYO	17 DE MAYO	18 DE MAYO	TOTAL	%																
NÚM. DE INTERVENCIONES LEONARDO K.	21	21	24	♣	♣	66	52																
NÚM. DE INTERVENCIONES ADELA M.	22	22	16	♣	♣	60	48																
NÚM. COMENTARIOS LEONARDO K.	0	1	0	♣	♣	1	100																
NÚM. COMENTARIOS ADELA M.	0	0	0	♣	♣	0	0																
NÚM. DE PAUSAS QUE ANUNCIA LEONARDO K.	1	2	1	♣	♣	4	33																
NÚM. DE PAUSAS QUE ANUNCIA ADELA M.	3	2	3	♣	♣	8	67																
COLABORADORES HOMBRES POR SECCIÓN	1	1	1	1	1	1	100																
COLABORADORAS MUJERES POR SECCIÓN	-	-	-	-	-	-	-																
NÚM. DE INTERV. DE SECCIÓN (HOMBRES)	1	1	1	1	1	5	100																
NÚM. DE INTERV. DE SECCIÓN (MUJERES)	-	-	-	-	-	-	-																
NÚM. DE NOTAS REALIZADAS POR HOMBRES	5	7	5	8	3	28	61																
NÚM. DE NOTAS REALIZADAS POR MUJERES	2	3	4	4	5	18	39																
CORRESPONSALES HOMBRES	3	3	2	2	1	11	85																
CORRESPONSALES MUJERES	1	0	0	1	0	2	15																
NÚM. DE NOTAS DE REPORTERAS QUE SE REFIEREN A LA MUJER	0	0	1	1	0	2	25																
NÚM. DE NOTAS DE REPORTEROS QUE SE REFIEREN A LA MUJER	0	3	0	3	0	6	75																
NÚM. DE MUJERES ENTREVISTADAS	0	0	0	0	0	0	-																
NÚM. DE HOMBRES ENTREVISTADOS	0	0	0	0	0	0	-																
NÚM. TOTAL DE NOTAS•	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	T	%			
	0	23	16	6	17	16	6	20	11	6	17	7	3	14	13	21	91	63	175	100			
% NÚM. TOTAL DE NOTAS•																			12	52	36		100
NÚM. TOTAL DE NOTAS EN AVANCES•	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	T	%			
	0	6	9	4	4	6	2	8	5	4	4	6	1	9	5	11	31	31	73	100			
% NÚM. TOTAL DE NOTAS EN AVANCES•																			16	42	42		100

• F= Femenino

• M= Masculino

• N= Neutral

• T= Total

CUADRO 5. NÚMERO DE INTERVENCIONES Y NOTAS EN CNI NOTICIAS

FECHA:	14 DE MAYO	15 DE MAYO	16 DE MAYO	17 DE MAYO	18 DE MAYO	TOTAL	%															
NÚM. DE INTERVENCIONES CIRO G.	18	13	18	13	14	76	57															
NÚM. DE INTERVENCIONES DENISSE / PILAR	10	9	15	15	8	57	43															
NÚM. COMENTARIOS CIRO G.	4	4	5	5	9	27	71															
NÚM. COMENTARIOS DENISSE / PILAR	2	2	3	3	1	11	29															
NÚM. DE PAUSAS QUE ANUNCIA CIRO G.	1	1	1	1	2	6	67															
NÚM. DE PAUSAS QUE ANUN. DENISSE/PILAR	1	0	0	1	1	3	33															
COLABORADORES HOMBRES POR SECCIÓN	2	1	2	2	1	2	67															
COLABORADORAS MUJERES POR SECCIÓN	0	0	1	1	0	1	33															
NÚM. DE INTERV. DE SECCIÓN (HOMBRES)	2	1	2	2	1	8	73															
NÚM. DE INTERV. DE SECCIÓN (MUJERES)	0	0	2	1	0	3	27															
NÚM. DE NOTAS REALIZADAS POR HOMBRES	7	4	4	2	1	18	36															
NÚM. DE NOTAS REALIZADAS POR MUJERES	6	8	5	5	8	32	64															
CORRESPONSALES HOMBRES	1	1	1	0	0	3	75															
CORRESPONSALES MUJERES	0	1	0	0	0	1	25															
NÚM. DE NOTAS DE REPORTERAS QUE SE REFIEREN A LA MUJER	1	1	1	1	1	5	71															
NÚM. DE NOTAS DE REPORTEROS QUE SE REFIEREN A LA MUJER	0	0	0	1	1	2	29															
NÚM. DE MUJERES ENTREVISTADAS	0	0	2	1	0	3	27															
NÚM. DE HOMBRES ENTREVISTADOS	1	2	2	1	2	8	73															
NÚM. TOTAL DE NOTAS•	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	T	%		
	1	17	6	1	8	7	2	17	11	5	8	15	3	7	8	12	57	47	116	100		
% NÚM. TOTAL DE NOTAS•																			10	49	41	100
NÚM TOTAL DE NOTAS EN AVANCES•	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	F	M	N	T	%		
	0	9	2	0	4	4	2	4	2	2	4	4	1	8	3	5	29	15	49	100		
% NÚM TOTAL DE NOTAS EN AVANCES•																			10	59	31	100

• F= Femenino

• M= Masculino

• N= Neutral

• T= Total

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Durante la semana de grabación pudieron establecerse algunas características generales de la dinámica y contenido de los noticiarios estudiados:

- En la presentación de los noticiarios, siempre es uno de los dos conductores quien aparece primero a cuadro, toma el primer turno y presenta el noticiario, lo cual establece de alguna manera una relación jerárquica entre ambos. Aunque algunos noticiarios, como Primero Noticias, Hechos del Siete y Hechos AM, luego de un paneo de la cámara que muestra a ambos conductores, se detienen en el conductor encargado de hacer la presentación, que en Primero Noticias es Jorge Berry; en Hechos del Siete, un día lo hace Lilly Téllez y otro día Pablo Latapi; en Hechos AM es Ana María Lomell quien hace la presentación. En los otros dos noticiarios analizados, el Noticiero del Nueve y CNI Noticias, la imagen es directa en una media toma, que en CNI Noticias se dirige a Ciro Gómez Leyva y en el Noticiero del Nueve, un día a cada conductor.

De esta forma, de los cinco noticiarios analizados, dos son presentados por el conductor hombre, dos alternativamente por ambos conductores y, de las mujeres, únicamente Ana María Lomell presenta el noticiario en el que participa.

En este sentido cabe preguntarse hasta qué punto se trata de una cuestión de género o únicamente de créditos; ya que en opinión de las conductoras de dichos noticiarios, el que muchas veces sean los conductores quienes dirigen el noticiario y participen de manera más activa (marcando el ritmo del noticiario a partir de las pausas, la presentación y realización de las entrevistas, emitiendo un número considerable de opiniones, etc.) se debe fundamentalmente a que tienen más experiencia en el periodismo, por lo tanto resulta válido este predominio en el uso de la palabra.

Sin embargo, podría ser que justificara y encubriera una situación que tiene que ver más con el género, ya que me pregunto, si la existencia de estos programas trata de promover una imagen noticiosa equitativa ¿por qué no hacer un noticiario con dos periodistas con la misma capacidad y experiencia que no reflejara control por ninguna de las dos partes?.

Un aspecto importante de resaltar en la presentación de los conductores de los noticiarios es su imagen, especialmente la de las mujeres. Un locutor puede ser gordo, calvo, tener canas, usar lentes, etc.; aunque desde luego existe también la tendencia a proyectar una imagen más o menos estereotipada de "hombre triunfador": elegante, moderno y con una presencia física agradable. En las mujeres esto es una obligación, las conductoras tienen que ser muy bonitas, jóvenes, delgadas, elegantes y sobrias en su arreglo (nada de escotes y colores llamativos o un maquillaje cargado), sin embargo, la imagen en ellas es algo mucho más cuidado e importante porque son mujeres, lo que sin duda es un reflejo de su condición social a través de la historia.

Basta recordar que en la antigüedad (aunque todavía las cosas no han cambiado completamente) las mujeres no tenían acceso a la educación ni a ningún tipo de actividad creativa o social que les permitiera desarrollar sus habilidades intelectuales al igual que los hombres, entonces su belleza física era lo único que poseían y además podía distinguirlas de las otras mujeres en la tarea de casarse y formar una familia.

Desde luego, la condición social y económica siempre ha permitido romper algunas reglas, y las mujeres burguesas podían darse el lujo de ser "educadas" —generalmente en las artes—, aunque esto sólo era complementario en su objetivo de agradar a los hombres y, en general, a la sociedad.

Lo anterior sin duda ha marcado la valoración social de las mujeres, al tiempo de definir cómo son tratadas en el ámbito laboral, ya que en un principio al ingresar a las universidades y diversos espacios públicos, eran (son todavía) tratadas con "caballeridad" por sus colegas varones, siendo aduladas por su trabajo sin importar muchas veces la calidad del mismo, ya que se considera únicamente una actividad momentánea mientras contraen matrimonio. Y es así que la apariencia física ha sido para las mujeres un arma de doble filo, ya que por una parte es una exigencia para "tener éxito" (en el amor, el trabajo, frente a otras mujeres...) que al mismo tiempo puede restarles credibilidad, al ser consideradas sólo una compañía agradable.

Tal como sucedió con el ingreso de mujeres en los noticiarios televisivos, quienes en un principio eran "la florecita que acompañaba al conductor principal" y le proporcionaba ese "aire femenino y humano" a la presentación de la información noticiosa. Así ha sido durante muchos años, por lo que ha sido muy difícil para las

mujeres posicionarse como periodistas (ya con una formación universitaria), no obstante los avances que han tenido en las últimas décadas en todos los ámbitos, todavía el ser bellas es una exigencia que no pueden evitar, sobre todo en televisión, que es un medio básicamente de espectáculo y entretenimiento, donde la imagen, sobre todo la legitimada socialmente, es fundamental.

En este sentido, cabe mencionar un nuevo modelo que está surgiendo en el periodismo televisivo hecho por mujeres, y es que actualmente se ha venido fortaleciendo una imagen "neutral" (muchas veces masculinizada) de periodistas como Carmen Aristegui, Denisse Maerker, Lourdes Ramos, entre otras, que son muy sobrias en su maquillaje, forma de vestir y su cabello muy corto; lo cual en mi opinión probablemente se deba a no querer caer en el estereotipo de la feminidad para hacer valer su trabajo y lograr el reconocimiento del mismo, sobre todo de los periodistas.

Y El número de intervenciones de los conductores se tomó en cuenta después de la presentación del noticiario. Durante la semana de grabación, se presentaron algunas circunstancias no previstas en dos de los noticiarios seleccionados:

- Hechos del Siete no fue transmitido el jueves 17 de mayo y cambió de horario el viernes 18, debido a un campeonato de fútbol soccer, por lo que sólo se grabaron tres días, en los cuales la participación de ambos conductores fue equitativa, ya que se contabilizaron 58 intervenciones de Lilly Téllez y 57 de Pablo Latapi.
- El noticiero del nueve fue conducido únicamente por Leonardo Kourchenco el jueves 17 y el viernes 18, por lo que sólo se contabilizaron las intervenciones de ambos los tres primeros días. Aquí también la diferencia fue realmente mínima, Leonardo Kourchenco tuvo 66 intervenciones y Adela Micha 60, con lo que también se aprecia un nivel de participación equitativo.
- En los otros noticiarios la diferencia es considerable y por lo tanto sí se puede suponer el predominio de un conductor sobre otro. En Hechos AM es Ana María Lomeli quien lleva el noticiario, ya que tuvo 211 intervenciones, mientras que Ramón Fregoso tuvo sólo 159. En CNI Noticias y en Primero Noticias son los conductores los que predominan, ya que en el primero, Ciro Gómez Leyva

intervino en 76 ocasiones y Denisse Maerker y Pilar Álvarez Laso sumaron 57. En el segundo, Jorge Berry contabilizó 260 y Lourdes Ramos 205.

Y La intención de contabilizar el número de comentarios de cada conductor durante el noticiario, obedeció básicamente a la idea de reconocer u observar el nivel de participación e injerencia de cada uno en el desarrollo del noticiario, a partir de la posibilidad de exteriorizar su opinión.

- Dos noticiarios (Noticiero del nueve y Hechos del siete), por su dinámica y su corta duración, realmente no tienen contemplada la realización ni de entrevistas ni de comentarios u opiniones por parte de los conductores, ya que lo que pretenden es brindar la mayor información posible. No obstante, si se pudieron ubicar, aunque en un número reducido, cinco comentarios de Pablo Latapi, y uno de Leonardo Kourchenco, mientras que las respectivas co-conductoras no realizaron ninguno.
- En CNI Noticias es Ciro Gómez Leyva quien hace la mayoría de los comentarios, 27, en comparación de los 11 que realizaron Denisse Maerker y Pilar Álvarez Laso.
- En Primero Noticias Jorge Berry emitió 28 comentarios, mientras que Lourdes Ramos sólo cuatro.
- En Hechos AM, no obstante la duración del noticiario, los comentarios son pocos y éstos los hacen ambos conductores en una forma de diálogo, por lo tanto no fueron contabilizados para este trabajo.

Y Otro aspecto importante de considerar en el análisis del discurso noticioso es la marcación del ritmo a través de las pausas, ya que esto también repercute en el establecimiento de relaciones jerárquicas asimétricas porque puede interpretarse como una acción de control.

- En el noticiero del nueve, Adela Micha marcó ocho pausas mientras que Leonardo Kourchenco marcó cuatro.
- En Hechos AM Ana María Lomeli anunció 35 pausas en comparación de las 27 de Ramón Fregoso.

- En CNI Noticias Ciro Gómez Leyva contabilizó seis y Denisse Maerker y Pilar Álvarez Laso sólo tres.
- En Hechos del siete la situación fue más equitativa, ya que Pablo Latapi contabilizó seis y Lilly Téllez cinco.
- Finalmente en Primero Noticias, Jorge Berry presentó 25 pausas y Lourdes Ramos nueve.

Este conteo se hizo con el objetivo de determinar el nivel de participación en general de ambos conductores a partir de los turnos de habla, comentarios y marcación de pausas que realiza cada uno, donde al igual que en la presentación del noticiario, el predominio de uno sobre otro (mejor dicho sobre otra) puede deberse tanto a cuestiones de género como de créditos, y creo que no es casual que sean los mismos conductores que hacen la presentación quienes tienen mayor número de intervenciones a lo largo del noticiario, mientras que los que procuran alternar la presentación son quienes tienen un nivel más equitativo en general.

Y es así que a partir de estos aspectos se puede determinar el control y dirección del noticiario por parte de uno de los conductores. En el caso de los comentarios, es claro que las conductoras emitieron el mínimo de opiniones con lo que el público no conoce su postura frente a los temas que se abordan y hay una sobrevaloración de los comentarios de sus compañeros, que quedan como los únicos. Ahora bien, por las características mismas del medio y los programas, no se ven posibilidades de un intercambio real de opiniones, probablemente por falta de interés o por los tiempos tan estrictos en televisión.

En la marcación de las pausas a comercial, las diferencias no fueron importantes, salvo en el caso del noticiario Primero Noticias que refleja un control absoluto (en todos los aspectos) del conductor varón.

➤ Dentro del discurso manejado en los noticieros televisivos, en lo que se refiere a la equidad de género, es importante observar el nivel y tipo de participación tanto de hombres como de mujeres en estos medios a partir de los espacios en que se presentan. Durante la semana de grabación, se contabilizaron las y los colaboradores permanentes de los noticieros y se ubicaron las áreas (secciones) en las que generalmente aparecen:

- El Noticiero del nueve, una vez más por su duración, no cuenta con secciones delimitadas, a excepción de la deportiva que es conducida por un hombre, quien interviene sólo una vez antes de finalizar el noticiero.
- En Hechos del siete, hay tres secciones, la de deportes, la de espectáculos y la información del helicóptero, que son conducidas por hombres, los cuales también intervienen sólo una vez antes de finalizar el noticiero, a excepción del helicóptero que dependiendo los sucesos que ocurran durante el programa, puede hacerlo más de una vez.
- En Hechos AM fueron ubicados cinco colaboradores hombres en las secciones de espectáculos, finanzas, estado del tiempo, deportes y el helicóptero, quienes de su participación diaria en la semana suman 92 intervenciones, en comparación con las 17 intervenciones de las cuatro colaboradoras que están presentes en las secciones de Dinero y Empleo, Horóscopos, Salud y una denominada Los martes los niños y las mujeres primero.
- En CNi Noticias se ubicaron cuatro secciones, la sección deportiva y la de finanzas, que aparecen todos los días, son conducidas por hombres, y la sección cultural y otra denominada escenarios, son conducidas por mujeres y sólo se presentan los miércoles y jueves respectivamente.
- En Primero Noticias existen cinco secciones, dos de las cuales son conducidas por hombres, la deportiva, con dos colaboradores, y el helicóptero. Las secciones de finanzas, el clima y los espectáculos, son conducidas cada una por una mujer, con lo que el número de colaboradores es igual para ambos sexos.

De esta forma, podemos ver que no obstante la presencia de las periodistas en diversas áreas, todavía existen espacios, como la sección deportiva, en donde en ningún noticiario encontramos a alguna mujer como conductora, reportera o, como veremos más adelante, como objeto de la noticia; al igual que en la información del helicóptero, que en todos los noticiarios es un espacio completamente masculino.

Sin embargo, es de resaltar la creciente participación de las mujeres en la sección financiera, tradicionalmente presentada por hombres, y una presencia cada vez mayor de conductores en la sección de espectáculos, lo que deja ver que al menos en la conducción este velo de trabajar exclusivamente determinadas áreas según el sexo, poco a poco se va eliminando y actualmente intervienen indistintamente hombres y mujeres en las diferentes secciones que integran el noticiario, lo cual es un dato interesante.

- Aunque la mayoría de las notas son leídas, o al menos presentadas y contextualizadas por los conductores principales, hay una participación importante de reporteros y reporteras, que realmente son los que elaboran las notas. En Hechos del siete, esta presencia no se determina ya que los conductores presentan todas las notas. En la mayoría de los noticiarios, excepto en CNI Canal 40, la mayoría de las notas son de reporteros. En Hechos AM se contabilizaron 74 contra 43 de reporteras; en el Noticiero del nueve 28 notas fueron de reporteros y 18 de reporteras; en Primero Noticias 73 notas de reporteros y 38 de reporteras y, finalmente en CNI Noticias 32 notas fueron elaboradas por mujeres en contraste con las 18 de los reporteros.

Es decir, una vez más la diferencia numérica es muy clara y contundente en este rubro, situación que promueve la reflexión en torno a la cual ha girado esta investigación, ¿dónde están las egresadas de la carrera de comunicación? No obstante que las mujeres representan la mayoría del alumnado en esta área de estudio, su participación en los medios todavía es marginal.

El análisis efectuado en capítulos anteriores ha demostrado que su participación en la estructura directiva de los medios es mínima y, no obstante se presume su participación mayoritaria en el área de las reporteras, al menos en televisión (o en los noticiarios analizados) se demuestra que no es tal.

En este sentido, es importante considerar que socialmente persisten muchos condicionamientos que limitan la participación de tiempo completo de las mujeres en la vida social en general. Por ejemplo, para determinar la razón de esta escasa presencia de las mujeres en los medios sería interesante hacer un seguimiento de las egresadas para saber a qué se dedican luego de terminar sus estudios, porque no hay que olvidar que todavía está muy generalizada la idea de que las mujeres estudian y trabajan "mientras se casan", únicamente es un periodo de tránsito que no constituye una prioridad ni un proyecto de vida para ellas –como lo podría ser el formar una familia–, por lo que la "desaparición" de muchas comunicadoras puede explicarse si se interpreta en un sentido más amplio, el cual tiene que ver sin duda, con el género.

➤ No obstante que prácticamente todas las áreas o fuentes son cubiertas de igual forma tanto por hombres como por mujeres, el hecho que haya una presencia numérica mayor de reporteros en los noticiarios podría sugerir que por ese motivo hay una ausencia de temas que competen a las mujeres en los noticiarios televisivos. Sin embargo, resulta interesante saber cuántas mujeres reporteras se interesan en hablar de temas de mujeres o abordar cualquier tema desde una óptica de género para determinar si su presencia está produciendo cambios y propuestas alternativas en los contenidos de los programas o, por el contrario, está reproduciendo sin cuestionar los cánones tradicionales del periodismo. De esta forma:

- En el Noticiero del nueve, de 18 notas realizadas por mujeres, únicamente dos tuvieron algún referente de este tipo, una nota sobre la historia de una mujer que vende a su hija, lo cual sólo es mencionado o comentado como un acto negativo y no se mencionan o se intenta ir más allá, a las razones que pueden obligar a una mujer a llevar a cabo tal acción; la otra nota se refirió a un grupo de sexoservidoras de Cancún, que luchan por obtener y defender sus derechos, nota que sí tuvo en parte un enfoque de género. En contraste, en este mismo noticiero, de 28 notas que fueron realizadas por reporteros, seis se refirieron de alguna forma a la mujer, entre los temas que abordaron se encuentran notas referentes al asesinato de una niña en Coahuila, a la situación a la que se enfrenta una niña indocumentada que es esclavizada por una mujer en Texas,

una nota sobre mujeres policías que celebraron el Día de la madre y la historia de un par de maestras de Oaxaca que participan en las manifestaciones en la ciudad de México.

- En CNI Noticias se ubicó el mayor número de reporteras de todos los noticiarios analizados. No obstante, el número de notas con protagonista femenino fue bajo, de 32 notas únicamente cinco abordaron temas relacionados con la mujer, entre ellos, Martha Sahagún como vocera de la Presidencia de la República fue mencionada al menos en una nota, también se habló del rechazo de la maestra de la UNAM integrante del CGH que rechazó su medalla de 25 años como profesora en dicha institución, una nota habló de las bailarinas del Ballet Kirov de Rusia, también se habló de la campaña de Ana Cristina Fox sobre embarazo adolescente y la realización de un Foro sobre salud reproductiva, donde se citó información de Cimac. Sólo hubo dos notas de los reporteros que retomaron la opinión de una mujer en cargos públicos, en este caso, Patricia Bugarín, subprocuradora de la PGR, quien habló sobre secuestros en dos ocasiones.
- En Hechos AM de las 43 notas de las reporteras únicamente cuatro tuvieron este enfoque, entre ellas, una referente a una mujer miembro de una banda de talamontes en el Estado de México, un reportaje sobre medias, una nota sobre el despido de mujeres embarazadas en el gobierno del DF y la historia de una niña que padece diabetes. De las 74 notas de los reporteros, tres se refirieron a la mujer, una sobre los asesinatos de mujeres en Ciudad Juárez, una sobre las elecciones a la presidencia de Filipinas, en donde se menciona la opinión de la entonces Presidenta del país y la historia de la niña con diabetes.
- En Primero Noticias, de 38 notas elaboradas por mujeres, cinco notas tuvieron este enfoque, dos en la sección de espectáculos, una sobre una historia de un par de maestras rurales, una nota sobre el caso de la maestra Georgina, que en esos días fue muy comentado porque fue despedida de una escuela particular donde asistía la hija del Secretario del Trabajo, Carlos Abascal, por dejar a sus alumnas que leyeran en la clase de literatura el libro *Aura*, de Carlos Fuentes; y una nota sobre el grupo de sexoservidoras de Cancún. En este mismo noticiario, de las 73 notas de los reporteros, ocho se refirieron a la mujer, entre estas notas

se encuentran, dos donde se menciona la participación de dos mujeres en una banda de talamontes y otra de falsificantes de tarjetas de crédito (aunque se menciona en general al grupo delictivo, se resalta en cada ocasión la presencia de estas mujeres); una nota habla de la historia de una maestra con 50 años de servicio; una nota sobre Yoko Ono; dos notas sobre la historia de una niña esclavizada por una mujer en Texas; una nota sobre mujeres policías que celebraron el Día de la Madre; una nota sobre los asesinatos de mujeres en Ciudad Juárez.

De esta forma, se comprueba que es mínima la cobertura y el interés por desarrollar temas que incluyan una óptica de género en los medios, ya que estas notas constituyeron apenas el 10.80% (35 notas) de las notas transmitidas por los noticieros durante la semana de grabación, que fueron 324.

En Primero Noticias y en el Noticiero del 9, fueron los reporteros quienes abordaron el tema en mayor medida; en CNI Noticias y en Hechos AM las mujeres se interesaron en mayor proporción en realizar estas notas, aunque en el caso de Hechos AM el número fue realmente bajo en ambos casos.

Ahora bien, como se ha señalado anteriormente, no se trata de hablar de las mujeres porque sí, lo importante sería que se aportaran, a partir de los medios, elementos que promovieran una reflexión en torno a las desigualdades de género en nuestra sociedad.

Cabe mencionar que si bien son pocas las notas en este rubro, lo que resalta aún más es que el enfoque hasta ahora no ha sido el adecuado y se siguen recurriendo en muchas ocasiones a los temas que tradicionalmente se relacionan con las mujeres (moda, cuestiones del hogar, cuidado de la familia, espectáculos, etc.), y al menos en el caso de los noticieros analizados, la mayor parte de las notas realmente fueron una referencia indirecta a las mujeres, donde no obstante destaca una nota de CNI Noticias sobre embarazo adolescente que cita una fuente periodística alternativa como lo es CIMAC (Comunicación e Información de la Mujer, A.C., una agencia de noticias que trabaja con perspectiva de género).

Este aspecto es muy importante, porque en la medida que se recurra a opciones de este tipo para recabar información, poco a poco las y los periodistas se irán

sensibilizando en las cuestiones de género, para de esta forma encontrar ese nuevo enfoque de la información noticiosa que es indispensable, considerando las grandes aportaciones de las mujeres a la vida social, así como la marginación de la cual es objeto.

- En cuanto al número de corresponsales, que abordan generalmente sucesos imprevistos que tienen lugar en el momento de la transmisión del noticiario, también se encontró un predominio de la participación masculina durante la semana de grabación, aunque en lo que se refiere a los temas, la participación fue equitativa, ya que esa semana debido a la conmemoración del Día del Maestro, lo que se cubrió principalmente fueron las marchas y plantones del profesorado en el país. Así, en CNI Noticias participaron tres corresponsales hombres y una mujer, en Hechos AM fueron seis hombres y siete mujeres, en el Noticiero del nueve 11 hombres y dos mujeres, en Hechos del siete la participación fue igual de un hombre y una mujer y en Primero Noticias 16 hombres y 12 mujeres.
- Esta situación a su vez se refleja en el contenido de la información presentada en los noticiarios.
 - En el Noticiero del nueve, durante la semana de grabación, de un total de 175 notas, únicamente 21 notas, ya no digamos tenían a una mujer como protagonista de la información, sino que se refirieron a algún aspecto de su competencia. Por ejemplo sólo hubo una nota de la sección deportiva que se refirió al deporte femenino sobre la tenista Ana Kurnikova, hubo ocho sobre temas relacionados a la violencia que enfrentan las mujeres en distintos niveles, cuatro notas sobre historias de mujeres (maestras, ancianas, niñas con discapacidad), cuatro notas sobre mujeres que por desempeñar cargos públicos son referentes sobre ciertos temas (políticos, sociales, culturales, etc.), cuatro notas sobre temas generales como una crema lubricante para mujeres, situación de un grupo de sexoservidoras de Cancún y mujeres que forman parte de bandas delictivas. Sobra decir que de esas 175 notas, la mayoría (91) tuvieron como protagonista a un hombre o se refirieron a temas generalmente relacionados con ellos, como

todas las notas deportivas, la mayoría de política, de nota roja, etc. Las notas restantes (63) fueron contabilizadas como neutrales porque no se referían específicamente a hombres o a mujeres sino a instituciones, países, cuestiones económicas, sociales, etc.

Cabe mencionar que tanto en este, como en los demás noticiarios, se contabilizaron además como notas con referente masculino las que hablaban de la celebración del Día del Maestro, ya que en ninguna ocasión se utilizó un lenguaje incluyente para referirse a las y los maestros, las y los alumnos, aunque sí hubo algunas notas (sobre todo historias de vida) sobre maestras, las cuales se ubicaron en la anterior clasificación.

- En CNI Noticias, de 116 notas, 12 se refirieron a la mujer, de éstas cuatro a mujeres con cargos públicos, ya sea como productoras de la información o porque se tomó en cuenta su opinión, una nota sobre entrega de reconocimientos a profesores de la UNAM donde una maestra del CGH lo rechazó, dos notas culturales, una nota sobre los asesinatos de mujeres en Ciudad Juárez, dos notas sobre la campaña de Ana Cristina Fox sobre embarazo adolescente, la cual tuvo tres comentarios por parte de los conductores del noticiario, dos notas al secuestro de la esposa e hijas del presidente de Six Flags y ninguna como parte de la información deportiva. 57 de las 116 tuvieron algún referente masculino y 47 fueron neutrales.
- En Hechos del siete, en los tres días de grabación hubo 110 notas; 11 con protagonista femenino, de las cuales siete se presentaron en la sección de espectáculos, tres sobre mujeres en cargos públicos y una sobre la historia de vida de una maestra rural. 59 notas tuvieron protagonista masculino y 40 fueron neutrales.
- En Hechos AM, de 321 notas, 25 se refirieron a algún tema relacionado con las mujeres, entre ellos, dos notas sobre el deporte femenino, una nota sobre los asesinatos de mujeres en Ciudad Juárez, Chihuahua, seis notas sobre mujeres en cargos públicos, cinco notas de espectáculos, dos notas de política, una nota sobre un maratón contra el cáncer de mama, dos notas sobre una mujer que formaba parte de una banda de talamontes en el Estado de México, dos

reportajes acerca de la historia de vida de una maestra rural, un reportaje sobre las medias, dos notas sobre la historia de vida de una niña con diabetes, una nota sobre despidos en el Gobierno del DF a mujeres embarazadas. 173 notas tuvieron protagonista masculino y 123 fueron neutrales.

- En Primero Noticias, únicamente 30, de 305 notas, tuvieron protagonista femenino, de las cuales cinco notas fueron sobre mujeres en cargos públicos, tres notas sobre la banda de talamontes donde participa una mujer; una nota sobre la banda de falsificadores de tarjetas de crédito donde también participa una mujer; en la sección internacional una nota habla sobre una princesa japonesa embarazada; una nota sobre deporte femenino de un campeonato de alterofilia; dos historias sobre maestras rurales; un reportaje sobre El lado femenino de la risa; siete notas de espectáculos; dos notas del caso de la maestra Georgina Rábago; cuatro notas sobre la niña esclavizada en Texas; una nota sobre un escándalo de la hija del presidente de Estados Unidos George Bush; una nota sobre las mujeres asesinadas en Ciudad Juárez; una nota sobre el grupo de sexoservidoras de Cancún. 149 notas tienen protagonista o referente masculino y 126 fueron neutrales.

Sobra decir que nuevamente las cifras son impresionantes y se reafirma el poco interés de las y los reporteros en estos temas, así como de los propios noticieros en promover la reflexión de la que se hablaba anteriormente.

Sin embargo, cabe resaltar que el mayor número de notas lo constituyeron las referencias que se hacen a mujeres que ocupan cargos públicos en diversas áreas, lo que hace suponer que en la medida que más mujeres participen de manera activa y destacada en cuestiones públicas, serán consideradas como parte del discurso noticioso de los medios, lo que a su vez es una posible alternativa para promover un cambio en la interpretación de la diferencia sexual que actualmente genera discriminación, siempre y cuando las mujeres en estos puestos sean conscientes de esta situación y se involucren en transformarla.

➤ Dentro de la dinámica y discurso noticioso, los avances y las notas que en ellos aparecen constituyen una selección y jerarquización de la información transmitida por los medios, ya que de lo ocurrido durante el día, se resalta sólo aquella información que los propietarios de los medios están interesados en divulgar.

Esta selección del acontecer y su forma de hacerlo público desde luego obedece a parámetros establecidos social y culturalmente, donde la información referente a las mujeres en estos espacios es prácticamente inexistente, ya que si en un principio no se considera relevante como parte de la información general que debe ser abordada por las y los reporteros para integrar el discurso noticioso, mucho menos se incluirá en estos segmentos destacados.

De esta forma, los noticiarios analizados incluyen dentro de su estructura, dependiendo de su duración, determinado número de segmentos de avances o resúmenes de información, que son ubicados generalmente al inicio, en los cortes a comercial y al final de los noticiarios, lo cual los ubica en espacios importantes del mismo, donde las cifras reflejan de manera contundente que la información considerada "relevante" sobre las mujeres representa apenas una mínima parte de la información noticiosa seleccionada por ellos:

- En Hechos AM en la semana de grabación durante los avances y/o resúmenes informativos, se contabilizaron 166 notas, de las cuales 16 tuvieron algún referente femenino, 63 masculino y 87 neutral.
- En CNI Noticias hubo un total de 49 notas en los avances y/o resúmenes, cinco tuvieron referente femenino, 29 masculino y 15 neutral. En el Noticiero del nueve, de 73 notas en los avances, 11 tuvieron protagonista femenino y en igual número de 31 se ubicaron las notas con referente masculino y neutral.
- En Hechos del siete, en los tres días de grabación, de un total de 35 notas en avances, únicamente una se refirió a algún tema relacionado con las mujeres, ocho tuvieron referente masculino y, la mayoría, 26, fueron neutrales.
- Finalmente, en Primero Noticias, de 211 notas, 33 se refirieron a la mujer, 99 tuvieron protagonista masculino y 79 fueron neutrales.

➤ En cuanto al número de mujeres y hombres entrevistados en los noticiarios objeto de este análisis, se refleja invariablemente un mayor número de los primeros sobre las segundas. En dos de los cinco noticiarios, en Hechos del siete y el Noticiero del nueve, por su duración y estructura no se presenta ningún segmento de entrevistas. En los otros tres noticiarios encontramos lo siguiente:

- En Primero Noticias, se contabilizó igual número de hombres y mujeres entrevistados: Carmen Segura, coordinadora de protección civil del Gobierno del Distrito Federal, Juan Carlos Ortega, director del Zoológico de Aragón, Fernando Val, director de Zoológicos de la ciudad de México, Rodolfo Echeverría Ruiz, secretario General del PRI, Guadalupe Valdez, presidenta del Consejo internacional de difusión para la conservación de especies silvestres y ecosistemas y la secretaria del Medio Ambiente del Gobierno del Distrito Federal.
- En CNI Noticias ocho hombres fueron entrevistados y únicamente tres mujeres: Graco Ramírez, involucrado en el caso del asesinato de Eduardo Rabasa en Morelos, Eduardo Sajo y José Luis Urióstegui, Procurador de Justicia del Estado de Morelos, 2 bailarinas del Ballet Kírov de Rusia, 2 socios de CARAT de México, compañía de planeación y medios independientes, Patricia Bugarín, Subprocuradora de Justicia del Distrito Federal, Manuel Suárez Mier, especialista financiero, Juan Hernández, representante de la oficina de México en el extranjero y Rodolfo Tuirán, director del Conapo.
- En Hechos AM se presentaron tres entrevistas a mujeres y ocho a hombres: el secretario General del SNTE, el secretario de Hacienda, el director General de Productores de Avestruz en México, Rodolfo Echeverría Ruiz, candidato a la elección de la Secretaría General del PRI, el subsecretario de egresos de la Secretaría de Hacienda, Enrique Samaniego, Roberto Quintero, coordinador del programa de apoyo a conductores del Distrito Federal, Heriberto Galindo, candidato a la elección de la Secretaría General del PRI, Margarita Saldaña, jefa delegacional en Azcapozalco, Diáne Anguiano, diputada del PRI y la Sra. Maggy Fernández, ex directora de Instituciones de Asistencia Privada.

Esta situación en parte se debe, sin duda, a que culturalmente los espacios públicos han sido ocupados predominantemente por los hombres y como los temas de los que se habla en los noticiarios y en los medios en general corresponden a este ámbito, son los hombres los "expertos" a los que se invita a participar en mayor medida en este tipo de programas.

Sin embargo, actualmente las mujeres participan de una forma más activa en cuestiones públicas lo que las ha llevado a estar presentes, aunque por el momento de manera limitada, en la toma de decisiones. No obstante, como sujeto y objeto de la noticia la brecha parece todavía difícil de enfrentar, porque hacerlo representa un cambio profundo en la comprensión e interpretación de los eventos socialmente relevantes, tal y como los asumimos hoy.

Finalmente, cabe mencionar que este análisis cuantitativo solamente ha permitido establecer de manera objetiva la escasa presencia de las mujeres en el ámbito público y su reflejo en la cobertura noticiosa de los medios de comunicación. Un análisis de tipo cualitativo permitiría detectar el sexismo con que son tratados los temas donde son protagonistas las mujeres, pero eso da material para el desarrollo de otra investigación más específica.

CONCLUSIÓN

Durante el desarrollo de esta investigación pudo constatar que, no obstante el aumento en el nivel de participación de las mujeres como agentes de la vida social, éstas no han logrado su inserción plena en los medios de comunicación de nuestro país, ya que de acuerdo con los resultados obtenidos en este estudio, son pocas las mujeres que ocupan puestos de decisión en los medios y, por lo tanto, su influencia en el contenido de los mensajes transmitidos es mínima.

Sin embargo, a partir de estos datos que únicamente se refieren a la representación numérica, no se puede definir de manera contundente si hay o no propuestas alternativas en la producción de mensajes que permitan asegurar que son generadas a partir de la presencia femenina en los medios, ya que esto sólo sería posible con un análisis minucioso de la información. No obstante si son datos representativos de la situación general de las mujeres en el ámbito laboral, y sobre todo, que pueden contribuir a generar interrogantes específicas en este tema, ya que este análisis de ninguna manera pretendió ser exhaustivo.

Aunque la matrícula universitaria en el área de las ciencias de la comunicación o periodismo está constituida mayoritariamente por mujeres, en el ámbito laboral los espacios en los que se ubican no tienen una injerencia real en la toma de decisiones y en la mayoría de los casos siguen parámetros tradicionales; existe todavía una ausencia importante de mujeres en áreas técnicas y de contenido consideradas como masculinas —tal es el caso de la sección deportiva y la política— así como un predominio en secciones como sociales y espectáculos, en medios escritos; en televisión su presencia sólo es complementaria, lo que da cuenta del grado de inequidad en el funcionamiento de los medios de comunicación.

En gran medida, dicha situación es reflejo del papel de las mujeres en la sociedad, ya que sus opciones de vida siguen siendo limitadas por las responsabilidades domésticas y familiares que parecen exclusivas de ellas y no permiten su participación plena en el ámbito público.

Entonces, cómo esperar que se desempeñen destacadamente, ya no digamos a nivel directivo, sino laboral, si al mismo tiempo se les exige cumplan con su "rol natural" de encargarse de las demás personas (entiéndase hijos, esposo y familia en general), bajo la consigna de que si no lo hacen o no cumplen "satisfactoriamente" ambas tareas, son castigadas socialmente, cosa que a los hombres ni se les cuestiona.

Dicho proceso de asignación de roles se sustenta a partir de mecanismos y formas de consenso que permiten a las personas asumir y aceptar como válidos los contenidos de ser mujer y de ser hombre, al tiempo que la misma sociedad establece formas de coerción social, instituciones y mecanismos para vigilar el cumplimiento de dichas normas; entre ellos los medios de comunicación.

Lo anterior desde luego influye en el contenido de los mensajes, ya que de alguna forma, el hecho de que ciertas áreas sean cubiertas por hombres le imprime una perspectiva androcéntrica que concuerda perfectamente con la realidad social de nuestro país.

No obstante, parte de los resultados de este trabajo sobre el análisis de los noticiarios televisivos permitió reconocer que muchas veces son los hombres como reporteros, y no las mujeres, quienes elaboran notas cuyo protagonista o intereses están vinculados directamente con las mujeres, lo que hace pensar en una falta de compromiso y conciencia por parte de ellas en este sentido.

Específicamente, las conductoras de los noticiarios analizados en su mayoría no se identifican de manera explícita con las cuestiones de género, que lógicamente repercute en su nivel de participación en los noticiarios, tanto en la toma de decisiones, como durante las intervenciones durante el programa, la realización de preguntas en las entrevistas, la posibilidad de utilización de un lenguaje incluyente, etcétera. Desde luego habría que preguntarse si lograrían el mismo lugar al que han llegado con una actitud más "feminista"; seguramente no.

Así, se pudo constatar que en general en los noticiarios se da menos importancia a las notas protagonizadas por mujeres y que hay una ausencia importante de temas, como la violencia hacia las mujeres, sus condiciones de trabajo, los logros de la mujer en el deporte, entre muchos otros.

Cabe aclarar que el objetivo no es que haya muchas mujeres en los medios, o en cualquier espacio público, sino que exista una conciencia real de la sociedad en general, y de las mujeres por supuesto, acerca de la inequidad de género en la que nos desenvolvemos diariamente y a partir de la cual interpretamos los acontecimientos a nuestro alrededor.

De esta forma, una de las tareas primordiales en los próximos años es la que se refiere al papel de la educación formal e informal de las niñas y las mujeres, con el propósito de que desempeñen y asuman papeles más dinámicos en el desarrollo social que conlleven a mejorar sus oportunidades de empleo en todos los niveles jerárquicos, tanto en los medios de comunicación como en los otros ámbitos de trabajo.

Es importante hacer mención de la necesidad de transformar el currículum de las universidades, por ejemplo en la carrera de periodismo y ciencias de la comunicación, a fin de promover una revisión crítica del papel de los medios como mediadores sociales y su visión del mundo, de manera que los temas del ámbito privado sean parte de la oferta informativa y las mujeres sean proyectadas como parte del acontecer social, sin confinar la cobertura noticiosa sobre las mujeres –como se ha hecho hasta ahora– a los "problemas femeninos", porque traería como consecuencia una visión inadecuada y empobrecedora de la realidad de las mujeres en la actualidad.

Como señala Sofia Montenegro,

...no obstante los avances en el campo de la lucha simbólica de lo que se trata es de que las mujeres adquieran poder simbólico, es decir, que la interpretación de la realidad hecha por las mujeres esté legitimada desde el sistema de comunicación pública, con el fin de acelerar los resultados de todos los esfuerzos que en diversos campos se realizan por transformar su situación.*

* *Los medios y la revolución simbólica pendiente*. Trabajo presentado en el Seminario Latinoamericano de Estudios e Investigación sobre Mujer y Género en América Latina y el Caribe, 29, 30 y 31 de enero de 1997 en la Universidad Centroamericana de Managua, Nicaragua, p. 4

Y, considerando el poder simbólico que poseen los medios de comunicación y su capacidad de contribuir al cambio social, se requiere de una transformación de fondo en la comunicación pública en la cual se integre en mayor medida a las mujeres en las instancias de decisión en los medios de comunicación, para intentar dar una alternativa al carácter sexista y androcéntrico del discurso periodístico actual.

Sin embargo, hay que estar conscientes y recordar que los medios de comunicación no son los únicos agentes que promueven y legitiman esta situación de inequidad social que enfrentan las mujeres; así que para comenzar a hablar de una conciencia en la utilización del lenguaje, una cobertura informativa incluyente, una distribución jerárquica equitativa y en general un manejo democrático de los medios de comunicación, hay que reflexionar profundamente en torno a las exigencias sociales hacia las mujeres. En este sentido, la participación comprometida de hombres y mujeres resulta fundamental

Sin duda han quedado muchas preguntas sin responder o que no han sido abordadas de manera concreta, pero dadas las limitaciones en cuanto a tiempo y recursos en la realización de esta investigación, queda pendiente la tarea de hacer un análisis sobre la estructura de género en los medios de comunicación que aborde desde todos los ángulos (condiciones de trabajo, salarios, niveles de participación, etc.) situaciones muy específicas que enfrentan las trabajadoras de los medios en nuestro país, así como un análisis cualitativo que demuestre el sexismo con que son tratados los temas y las notas protagonizadas por las mujeres, cuando están presentes, porque la omisión es lo que impera, a fin de que contribuyan a gestar este proceso de sensibilización en cuanto al género en los medios de comunicación.

Anexo

Entrevistas

En este anexo se incluyen las entrevistas realizadas a las conductoras de los noticiarios seleccionados, así como el cuestionario que sirvió de guía al entrevistarlas, el cual está integrado por 17 preguntas abiertas, esto con el objetivo de tener parámetros comunes a la hora de entrevistarlas, así como conocer si la temática de género les es familiar.

La realización de estas entrevistas trajo consigo algunas complicaciones, ya que en algunos casos fue difícil acordar la cita y compaginar horarios con las conductoras, incluso se llegaron a hacer entrevistas a las once de la noche, al terminar su noticiario; esto ocurrió con Denisse Maerker y Pilar Álvarez Laso, conductoras de CNI Noticias.

En el caso de Lilly Téllez conseguir la entrevista fue sencillo, sin embargo por cuestiones personales de la conductora, la cita fue postergada en dos ocasiones, pero finalmente se llevó a cabo en las instalaciones de Televisión Azteca. Con Ana María Lomelí realmente no hubo ningún problema y la entrevista se realizó también en Televisión Azteca.

Finalmente, Lourdes Ramos fue la más accesible a la hora de contactarla e incluso me invitó a estar presente en la transmisión del noticiario, sin embargo fue limitada en sus respuestas y no me permitió usar la grabadora.

Adela Micha representó una situación diferente, ya que no obstante más de cinco meses de intentos por contactar la entrevista, ésta no pudo realizarse por las "múltiples ocupaciones de la periodista", lo cual hasta cierto punto es una lástima ya que a últimas fechas ha pretendido generar un espacio de reflexión sobre las mujeres a partir de algunos reportajes especiales, su programa *Mujeres trabajando* y *Visión AM*, un nuevo noticiario nocturno, dirigido y conducido por ella, que según su *slogan*, constituye un espacio de información para las mujeres hecho por mujeres, ya que incluso la sección deportiva tiene al frente una conductora.

El ubicar la transcripción de estas entrevistas como un anexo, no significa de ninguna manera que carezcan de importancia, ya que además de constituir el tema mismo del proyecto, poseen un gran valor al haber tenido la oportunidad de capturar el punto de vista de estas mujeres respecto al tema de género y el periodismo, siendo ellas representantes de esta nueva modalidad de noticiarios (hombre-mujer), por lo que se decidió presentarlas de manera íntegra.

CUESTIONARIO

¿Cómo se inició en el periodismo?

¿Qué es lo que más le atrajo del periodismo?

¿Es difícil para una periodista abrirse paso en la televisión?

¿Existe protagonismo de la periodista en el medio televisivo?

¿Son las mujeres sujetas de noticias?

En el medio para el que trabaja ¿se toma en cuenta su opinión en la misma medida que la de sus compañeros periodistas?

¿Ha encontrado obstáculos para introducir en los contenidos de sus programas temas con una perspectiva de género?

¿Por qué la mujer periodista no escribe sobre "ciertos temas", entre ellos podrían estar los que son de interés específico de las mujeres?

¿Qué opina sobre su situación en el espacio televisivo?

¿Y sobre la situación en general de las mujeres periodistas?

¿Es positiva o negativa la experiencia de compartir créditos con un hombre?

¿Qué se puede hacer a partir de los medios para resolver el problema público de género?

¿Se reproduce un lenguaje sexista en los medios de comunicación?

¿Qué se puede hacer, a partir del lenguaje, para evitar la discriminación en los medios de comunicación?

En su vida personal, ¿cuáles son los obstáculos a vencer más importantes para el ejercicio de su profesión?

¿Cómo es un día en la vida de...?

¿Cuáles son sus metas, hasta dónde quiere llegar?

¿Algo más que quiera agregar?

LOURDES RAMOS

NOTICIERO PRIMERO NOTICIAS

8 DE SEPTIEMBRE DE 2000

Lo primero que me dijo cuando la llamé para solicitar la entrevista fue que no le gustaban, que ella prefería entrevistar a la gente, buscar la noticia, no ser parte de ella, pero aun así me invitó a platicar con ella y observarla trabajar.

La cita fue a las 7:30 de la mañana en Televisa Chapultepec, en el estudio 1, donde se graba el noticiero Primero Noticias. La conversación se llevó a cabo en su oficina al terminar el noticiero. Su pequeña estatura y delgada figura, contrastan con lo fuerte de su personalidad, aunque no dura pues es muy amable y accesible. Como me recordó que no le gustaban las entrevistas, ni siquiera traté de usar la grabadora así que la plática se dio de una manera muy informal y únicamente apelando a mi memoria.

Egresada de la Universidad Iberoamericana, Lourdes Ramos se inició en el periodismo desde muy joven. Antes de entrar a Televisa trabajó como correctora de estilo, aproximadamente tres años, y aunque no ganaba muy bien en ese entonces consideraba importante comenzar a familiarizarse tanto con los medios como con las fuertes cargas de trabajo, pues "así es el periodismo, hay que andar de un lado para otro todo el tiempo y todo se puede hacer, lo más importante es saber organizarse".

En 1984 ingresa a Televisa como conductora de programas musicales, estando aún en la universidad, y a partir de 1986 trabaja en el área de noticias de Televisa. En 1998 integró el grupo de conductores y conductoras de ECO ganador del Premio Nacional de Periodismo en la categoría de noticia.

Uno de los inconvenientes en la realización de esta entrevista fue, por un lado, el tiempo ya que Lourdes Ramos tenía una junta a las 10 am. y durante la plática tenía que estar haciendo varias cosas como hablar por teléfono y revisar su e-mail, por otro lado, las respuestas tan cortas que en varias ocasiones dio ya que *para ella no son tan importantes las diferencias de género en los medios de comunicación, ella se aboca más a cuestiones personales y resalta mucho la capacidad y preparación de cada*

persona para lograr todo lo que pretenda, en ese sentido, no encuentra obstáculos, al menos en su caso, en el ejercicio de la profesión por ser mujer.

Se describe a sí misma como una persona que toda su vida ha andado a las carreras y sabe organizarse y que como a todas las mujeres que trabajan fuera del hogar les aumenta la carga de trabajo, ya que además de ser comunicadora es mamá y esposa, así que es difícil por los tiempos, sólo que en su caso es más visible porque sale en televisión, pero no es nada extraordinario.

Un día normal para ella comienza a las cuatro de la mañana, llega al estudio como a las 4:45 am. a preparar el noticiario, diariamente a las 10 am. tiene una junta, sale de trabajar entre 1 y 2 de la tarde y a partir de ahí desempeña su función de mamá y esposa.

Respecto al aumento de la participación de las periodistas en el espacio televisivo reconoce que actualmente se están ganando muchos espacios en todos los campos, aunque todavía en los puestos de decisión hay una mayoría masculina, incluso recuerda el caso de Lola Ayala que, al menos en Televisa, fue la única mujer durante mucho tiempo y definitivamente abrió camino para muchas otras, las cuales tienen que seguir trabajando pues lo más importante es demostrar que se tiene la capacidad de hacer bien las cosas.

Por otro lado, Lourdes Ramos es una mujer que se siente reconocida y bien remunerada por el trabajo que realiza; aunque advierte la diferencia de salarios entre hombres y mujeres, no le presta tanta importancia en su caso porque se siente bien pagada por lo que hace y que además es lo que más le gusta.

En lo que se refiere a los temas que son noticia y que muchas veces no incluyen o reflejan la problemática específica de las mujeres, comentó que no lo había percibido de esa forma, que el contenido del noticiario se rige por los hechos que son noticia en ese momento y si por ejemplo el tema del aborto está muy fuerte, se le aborda desde todos los ángulos posibles y se le da el tiempo necesario, tomando en cuenta todas las opiniones y lo mismo se hace con cualquier otro tema. Asimismo, señala que no es difícil incluir temas con perspectiva de género en los medios ¿Por qué no se hace?, la pregunta queda abierta y lo mismo pasa con el lenguaje, se procura tener una visión objetiva y equitativa pero no se tiene una conciencia real sobre su uso.

El compartir créditos en la conducción de un noticiero para ella no representa ningún problema, lo importante es que sea una persona inteligente y capaz. Si se ha dado la situación de estar conduciendo al lado de Joaquín López Doriga, Abraham Zabudowski o Jorge Berry, que tienen más experiencia y por lo tanto son los titulares de los noticieros, para ella no representa una cuestión relevante ni que le haga sentirse incómoda.

LILLY TÉLLEZ GARCÍA
NOTICIERO HECHOS DEL 7
8 DE SEPTIEMBRE DE 2000

Luego de dos citas postergadas para la entrevista ésta se llevó a cabo el viernes 8 de septiembre a las 7 pm. Lilly me esperaba sentada, fumando un cigarro, en la oficina de prensa de TV Azteca y luego de unos minutos dedicados a "romper el hielo", la conversación se desarrolló de una forma bastante amena, aunque con algunas distracciones pues había más gente en la oficina.

LOS INICIOS EN HERMOSILLO, SONORA

Me inicié en el periodismo cuando tenía 17 años, estaba en segundo de preparatoria en un colegio de monjas de puras niñas y entré a trabajar al canal de televisión del estado, en Hermosillo, Sonora, en el Canal 6, trabajé ocho años ahí desde abajo. Comencé haciendo cortes informativos, cubriendo fuentes, empecé cubriendo la fuente de salud que es verdaderamente "terrorífica" y me acuerdo que me encargaban seis notas diarias, entonces aprender qué es la noticia, cómo buscarla, a mí me tocó hacerlo de la forma más ruda, aventada a la calle a trabajar y hay que aprender porque si uno no aprende pues no puedes continuar y el precio fue muy alto pero muy importante porque no te platican y de esta forma uno conoce cómo es todo el mecanismo de la información, cómo se generan las noticias, cómo hay que cubrirlas, cómo es el mecanismo de la manipulación. Y de hecho yo estoy en desacuerdo de que en México haya locutores en los noticiarios, me parece una ofensa absoluta al público, tiene que haber periodistas, porque ser periodista significa saber buscar la información, obtenerla y saberla presentar.

Después ya me dediqué a hacer periodismo, era reportera y siempre para televisión porque es el medio más completo para transmitir la realidad, ya que la mejor manera de hacerlo es con imágenes y sonido, aunque claro la escritura es maravillosa.

Yo no terminé la carrera, comencé a trabajar estando en la preparatoria. Yo creo que los periodistas nacen y se hacen mejores en el camino. Es una vocación, por supuesto que yo a los 17 años no sabía que quería ser periodista, no lo tenía definido, simplemente tenía una curiosidad insaciable por el mundo, por todo lo que ocurría y quería saber más y transmitirlo y bueno, si eso es lo que quieres hacer pues resulta que se llama periodismo y empecé a hacerlo aunque claro de una forma muy deficiente, yo estaba aprendiendo, empezando, era una niña.

Aprendí metiendo la pata, desde confundir a un funcionario, hasta no saber ni qué preguntar, pero todo eso es tan importante en la formación y es una verdadera universidad.

Para cuando yo entré a la universidad, a comunicación, me moría de aburrimiento y sentí que la carrera estaba mal, y todavía lo creo, es una especie de ensalada que no aprieta en nada, entonces me salí y preferí seguir trabajando.

Ahora sí quisiera estudiar algo como sociología que me ofrezca un bagaje mucho más amplio para poder presentar mejor las investigaciones periodísticas que hago

En Hermosillo estuve ocho años trabajando, hice noticieros, excepto programas deportivos y de sociales, y el último programa que tuve fue un programa de investigación que duró cuatro años al aire y se llamaba *De Frente*, yo lo investigaba, lo reportaba, lo presentaba, lo producía, hacía de todo; de hecho dejé el noticiero todos los días por el programa de investigación que pasaba una vez por semana que a mí en lo personal se me hacía mucho más interesante. Incluso gané el Premio Estatal de Periodismo cuando tenía 23 años por una investigación que hice sobre el Abuso de Pesticidas y Plaguicidas en los valles del Yaqui y Mayo en Sonora, que es la región del país donde hay más muertes de niños por cáncer. En ese tiempo hubo muchas presiones para que no sacara el programa y lo saqué porque ya no me interesaba que me corrieran debido a que tenía ya la intención de venir a trabajar a México.

SU INGRESO A TELEVISIÓN AZTECA

Aquí ya tengo siete años y llegué a pedir trabajo a Televisa porque Televisión Azteca tenía poco tiempo que la habían privatizado y entonces no se le veía que rumbo iba a

lomar, así que fui a Televisa y por una recomendación me recibió un alto ejecutivo, le entregué mi currículum, le enseñé unos videos, creo que me tuvo unos siete minutos en su oficina, cuatro habló por teléfono y claro, me dijo que con mucho gusto me iban a llamar.

Yo no fui a pedir trabajo, yo fui a pedirle que me hicieran un *casting*, y si les gustaba me dieran trabajo, nada más que me probaran pero nunca me llamaron, ¿por qué?, porque no había competencia, porque no importaba el talento, porque las formas en que se manejaban las personas de Televisa obedecían a esquemas de poder internos de la empresa que no se basaban en el talento de las personas y como no había competencia ¿qué les podía interesar contratar a alguien que tuviera talento?, porque además ellos ya tenían a gente con talento a la que no le daban oportunidad.

No insistí, porque no era que me gustara la empresa sino porque era la única, entonces me pareció más atractivo iniciar un proyecto nuevo que además tenía la idea de hacer una televisión distinta a Televisa, sobre todo la concepción de hacer un periodismo sin censura. Entonces vine aquí, toqué la puerta, pedí que me hicieran un *casting* y llegué en el momento justo en que buscaban una mujer como conductora de noticias. Rosa María de Castro y yo llegamos juntas a hacer el *casting*, entonces yo estaba segura que no me iban a escoger a mí porque yo era una provinciana, era muy joven, tenía entonces 26 años, nadie me conocía, excepto en Sonora, y me acuerdo que yo veía a Rosa María en Imevisión, entonces tenía más experiencia que yo. Hicimos el *casting*, y nos cuentan ahora que cuando nos tenían a las dos en el video estaban ¿con quién nos quedamos, con ésta o con ésta?, y bueno pues se quedaron con las dos y de inmediato entramos al aire, hasta que nacieron los nuevos programas, el noticiario de la mañana y el de medio día.

EL PERIODISMO NO SE PONE TACONES O PANTALONES...

Hay muchos problemas para hacerte valer siendo mujer porque la misma sociedad le da más importancia al trabajo de los hombres, pero lo más difícil fueron las etiquetas, cómo prejuzga la gente. En mi caso era una mujer joven, guapa y eso provoca un prejuicio en el sentido de que ya seguramente es tonta, seguramente no sabe leer, no

sabe escribir y ese prejuicio para mí es tremendo porque se hace un prejuicio de es tonta o anda con alguien que la puso ahí, entonces no es algo que te digan directamente sino que uno lo va percibiendo y sintiendo, entonces una se tiene que esforzar el doble de lo que lo hacen los hombres para demostrar que el periodismo no tiene sexo, que el periodismo no se pone tacones o pantalones, que el periodismo lo puede ejercer cualquier persona.

Televisa creó esta cultura de los locutores, esa cultura de cara bonita leyendo noticias y fue terrible. Por otro lado, a partir del asesinato de Luis Donaldo Colosío la libertad de expresión dio pasos gigantescos porque el gobierno federal perdió, ya no pudo controlar a los medios de comunicación, perdió mucho control y entonces en esa apertura estuvimos muchas mujeres en el momento adecuado, por suerte, para empezar a hacer periodismo.

En esta empresa nos han dado oportunidad de tener espacios al nivel de los conductores hombres, yo percibo en el público, por los comentarios a los que tengo alcance, que ven como muy positiva la labor de las comunicadoras, pero realmente a mí el tema del sexo de la persona que está al frente de un noticiario no me gusta, no me gusta porque siento que mientras más se habla de eso, más se enfoca en eso y hay que olvidarnos ya que la persona que está dando la noticia o presentando un reportaje es hombre o mujer, hay que evaluar el trabajo que está presentando.

EL RETO: POSICIONARME COMO PERIODISTA

Ahora para mí, por ejemplo, el reto ya no es desde hace como unos cuatro años estar conduciendo un noticiero, porque cuando yo empecé aquí empecé de titular en el noticiero de inmediato, entonces el reto ya no era ser la conductora de un noticiero sino que *yo me quería posicionar como periodista, entonces hay que abordar temas que generalmente abordaban nada más hombres, pero yo no los abordé sólo porque son los temas que abordan los hombres, eso sería una estupidez, sino porque eran temas que a mí me gustaban, que tenían en contra como un tabú que esos temas sólo los tocaban los hombres periodistas, entonces como en este trabajo no puedes andar pidiendo*

permiso todo el tiempo, tienes que hacer las cosas, hacerlas bien y ya, aventarte y presentarlas.

Fue así como empecé a hacerlas, porque hacía reportajes pero programas de investigación completos de media hora o una hora, a fondo, fuertes, fue de dos años para acá, y hasta que empecé a hacer eso fue que sentí que me estaba ganando realmente respeto como una persona que sabía hacer su trabajo porque por ser mujer, tener las pestañas bonitas, ser joven, muchas personas piensan que eso es lo que te puso ahí, es lo que te ayudó pero es al revés, es exactamente lo que no me ayudó, porque si yo hubiera querido ser la Rebeca de Alba de TV Azteca eso hubiera sido excelente, pero si eso no es lo que quieres en la vida es un obstáculo.

Incluso me llegué a preguntar, ¿qué es lo que tengo que hacer, esperar que me salgan arrugas para tener credibilidad?; pero es una satisfacción muy grande el ganarme el respeto y el reconocimiento en función del trabajo periodístico que estoy haciendo.

LO QUE ESCRIBEN LAS MUJERES

Lo que yo hago creo que es de importancia para hombres y mujeres, en lo personal, por ejemplo, temas sobre el aborto no me han llamado la atención pero creo que sí se hacen muchos reportajes sobre eso, de hecho hay muchos programas dedicados a mujeres y si abordan temas sobre moda, dietas, etc., es porque a muchas mujeres nada más les interesa eso.

Yo creo, por ejemplo, que el aborto es un tema que interesa tanto a hombres como a mujeres. Cuando yo hago un trabajo periodístico no me pregunto a qué sector de la sociedad va a interesar, yo busco que sea interesante para todo el mundo, no me pregunto sobre el sexo, ni la edad, ni la clase social, trato de buscar cosas que sean del interés de casi toda la gente.

Se ha puesto de moda últimamente referirse a señoras y señores, compañeros y compañeras, pero no considero que transforme, que tenga un impacto decisivo, creo que es más importante que las mujeres nos vean a otras mujeres haciendo las cosas que antes sólo hacían los hombres y metiéndonos en las cosas que antes nada más

eran destinadas a los hombres, obviamente porque esos son los hechos, es la acción y contra eso no hay palabra que valga más. Lo importante es la acción, hagas lo que hagas, el trabajo es lo que realmente habla. Yo nunca pienso en la competencia con los hombres, incluso pienso que si fuera hombre, haría lo mismo que hago ahorita, simplemente lo único que quiero es ejercer el periodismo sin trabas de ninguna especie.

COMPARTIENDO CRÉDITOS

Aquí los dos somos co-titulares, aunque en Televisa se había acostumbrado mucho eso de que el titular era el hombre y las mujeres eran la florecita que los acompañaba, el adornito, que abría la boca cuando se le permitía hacerlo y ese fue toda la vida el estilo, hasta ahora están cambiando y están cambiando porque nosotros lo empezamos a hacer. Yo no reparo en que si la persona que tengo al lado como co-titular es hombre o mujer, a mí no me importa, para mí tiene que ser una persona capaz, preparada, buen compañero o compañera, si es hombre o es mujer me tiene sin cuidado. Pero por ejemplo creo que en el caso de los noticiarios lo mejor es una pareja, entonces no se puede generalizar, decir trabajo mejor con hombres o con mujeres, se puede trabajar mejor con fulano o con fulana, es muy personal. Por ejemplo, Pablo y yo llevamos una excelente relación de trabajo y además somos amigos a nivel personal, lo cual facilita más nuestro trabajo profesional.

Aquí se toma en cuenta la opinión tanto de hombres como de mujeres, lo que importa es lo que se está diciendo. En cuestión de salarios, tengo entendido que en muchas profesiones se les paga menos a las mujeres que a los hombres –ése sería un buen tema para reportaje- no sé en los otros medios, pero aquí nos pagan conforme a nuestra capacidad, a lo que hagamos.

LOS OBSTÁCULOS A VENCER EN EL EJERCICIO DE LA PROFESIÓN

Cada quien resuelve su vida en forma distinta, mis compañeras tienen vidas prácticamente muy completas, yo creo que la mía es la más incompleta porque no tengo hijos, pero no tengo hijos no por culpa de mi carrera, sino por otras cuestiones.

Ahora, yo no puedo generalizar porque en estos momentos mi situación ya se hizo distinta a la de mis propios compañeros por el tipo de periodismo que he estado haciendo, por ejemplo en este momento con la persona que más puedo platicar e identificarme es con Jesús Blanco Ornelas, entonces estoy en un proceso donde estoy pasando a otra etapa en la que quiero hacer un periodismo que realmente pueda aportar al país algo para generar cambios.

Entonces, a nivel personal, el conflicto, en mi caso muy particular, desde hace dos años y medio es el temor que le genera a la familia de una lo que una está haciendo, ése es un conflicto permanente porque estás oyendo a tu mamá, a tus hermanos, a tu esposo, la pregunta de siempre ¿por qué te arriesgas?, no vale la pena, ¿cómo piensas que con un micrófono te vas a enfrentar al narcotráfico?

Y ahorita lo peor es escuchar te lo dije, es terrible pero siempre he creído que a través del periodismo se puede ayudar a tener una sociedad mejor y que haciendo del conocimiento público la verdad sobre ciertos temas se puede ayudar al país.

Eso creí hasta el 22 de junio pasado cuando me iban a matar, pero yo voy a seguir trabajando porque la cuestión de la corrupción, la injusticia, el crimen organizado, el punto donde se juntan la política y el crimen, todo eso es verdaderamente importantísimo para el país y son los temas de los que nadie quiere hablar y creo que son los temas de los que tenemos que hablar.

Ahora quisiera seguir haciendo periodismo, investigaciones y que se logre algo, que haya un efecto, lograr acciones específicas hacia la justicia es lo mejor a lo que una puede aspirar a través del periodismo.

DENISE MAERKER

CNI NOTICIAS, CANAL 40

9 DE OCTUBRE DE 2000

Hacer la cita para la entrevista con Denise Maerker fue un poco tardado, entre otras cosas porque cuando la busqué se encontraba sola a cargo del noticiero y no tenía tiempo, luego estuvo de vacaciones dos semanas y bueno, cuando regresó la única alternativa para realizar la entrevista era al terminar el noticiero (a las 11 de la noche).

Como ya era tarde, y ambas estábamos cansadas después de un día de actividades (por ejemplo Denise me comentó que ese día daba clases en el CIDE (Centro de Investigación y Docencia Económica) a las 9:30 de la mañana de Introducción a la Ciencia Política, lo cual hace sólo dos veces a la semana, y de esta forma es perfectamente compatible con sus actividades en el canal; después a las 12:00 tiene una junta de redacción y se queda en su oficina aproximadamente hasta la 1:00 o 2:00 de la tarde; trata todos los días de comer en su casa y tomarse un tiempo para leer; a las seis de la tarde está nuevamente en la reunión de redacción; a las siete tiene una reunión para coordinar *Séptimo Día*, a las diez está al aire en el noticiero y "a las once se acabó"); entonces, para ya no entretenernos más, sin más preámbulos comenzamos la entrevista.

SUS INICIOS EN EL PERIODISMO "POR ACCIDENTE"

Mi inicio en el periodismo fue por accidente en realidad. Yo no estudié Comunicación, estudié Ciencias Políticas e hice una maestría y un doctorado en Sociología Política. Estaba como investigadora en el Centro de Investigación y Docencia Económica, que es un centro de investigación en ciencias sociales. Yo tengo y tenía, sobre todo, un puesto permanente como investigadora y también daba clases, pero un día casualmente me invitaron a que fuera directora de Comunicación y Desarrollo de esa misma institución y se me ocurrió ir a buscar a los medios de comunicación para promover un poco lo que se hacía en el Centro.

A raíz de eso me invitaron a que hiciera programas y de esta forma empecé a trabajar, pero muy de vez en cuando, con Canal 40, para sacar un poco el material de investigación que había en el CIDE. Esto fue hace muy poco tiempo, hace como tres años y medio, y a los cuatro meses me propusieron que hiciera un programa de entrevistas que se llamaba *Entre Versiones*.

Me dediqué al periodismo de lleno a partir de que salió el Noticiero. *Entre Versiones* era sólo una vez a la semana y era perfectamente compatible con lo que yo estaba haciendo. Por otra parte, tuvo mucho que ver el momento, ya que estar en un noticiero de televisión nuevo completamente, en un canal como el Canal 40 y en el año en el que iba a haber elecciones presidenciales, me pareció como politóloga una experiencia que no podía dejar de aceptar; me parecía realmente apasionante y por eso lo hice.

Después, porque en sí la actividad del periodismo y estar en el noticiero tiene la presión de lo cotidiano, de lo coyuntural, lo cual produce una gran pasión, aunque por otra parte, puede ser empobrecedor perder de vista las grandes líneas y estar muy concentrado en los pequeños detalles de lo cotidiano. Puede tener un costo, pero creo que ahí mi objetivo sería no hacerlo durante mucho tiempo.

UNA MUJER SIN OBSTÁCULOS

Publiqué junto con Sabina Berman un libro que se llamó *Mujeres y Poder*, en donde hice unas entrevistas que salieron en el Canal 11. *Sin duda estoy muy consciente de lo que implica en muchos lugares ser mujer. Pero yo en particular tengo que aceptar que he sido una mujer sin obstáculos.* De entrada llegué a tener un programa sin querer, sin ningún tipo de obstáculos. Después he tenido espacios en los que he estado a cargo del noticiero o en *Séptimo Día*, que desde hace dos meses ya está totalmente a mi cargo, en fin creo que en muy poco tiempo he tenido acceso a muchísimas cosas, entonces no podría decir que he tenido obstáculos, al contrario.

Para mí, tener un programa como *Séptimo Día* es exactamente lo que yo quiero en la televisión y después el noticiero también es un gran reto, entonces si me considero afortunada y he trabajado mucho para ganar esos espacios.

Aunque sin duda hay quizá en el trato cotidiano en cualquier trabajo el problema de que los hombres están más acostumbrados a trabajar con hombres y existen conflictos, pero en general yo no puedo decir que haya sufrido obstáculos, al contrario, en tres años creo que sin haberme propuesto hacer una carrera en el periodismo pues de alguna manera la estoy haciendo y se me han facilitado los espacios.

LO QUE FALTA: UNA MUJER SOLA EN LA NOCHE

Supongo que con respecto a antes sin duda hay un protagonismo de la periodista en el espacio televisivo, la presencia al medio día en el Canal 13 de Rosa María de Castro, después la presencia cada vez mayor de noticieros que son hechos por un hombre y una mujer. Pero sin duda lo que no hay es una mujer sola en la noche, de hecho en la noche sólo estamos Pilar Álvarez Laso, que a veces me sustituye, y yo.

Por otra parte, me parece bueno el hecho de que haya otra visión y después donde yo más bien diría que es muy impresionante la presencia de las mujeres en el periodismo, más allá de la conducción, es en las reporteras. Aquí por lo menos en el canal son una mayoría, muchas son editoras, no tenemos fotógrafas ni camarógrafas. Aunque en puestos de decisión en el área de información no hay, salvo la excepción mía digamos.

Yo soy Coordinadora Editorial del noticiario, entonces comparto la responsabilidad del contenido junto con Ciro Gómez Leyva. Sin duda la opinión de Ciro tiene más peso y no porque él sea hombre y yo mujer sino que lleva 15 años en el periodismo y para mí eso es fundamental, también la opinión de Rafael Ocampo, Director de Información y Editorial del canal, tiene mucho peso, pero yo siento que mi opinión tiene el peso que tiene que tener y punto.

"LAS NOTICIAS REFERENTES A LAS MUJERES ESTÁN MUY PRESENTES"

Sin duda las mujeres son protagonistas de las noticias y en particular en nuestro noticiario el hecho de que yo esté ahí hace que las noticias de las mujeres se presenten; si bien no les doy preferencia, sí hago hincapié en que deben estar, si no

estuviera yo no sé si tendrían el mismo espacio, probablemente, pero sin duda soy la primera en defender ese espacio, pero en el noticiero de nosotros, las noticias referentes a las mujeres, a problemas de mujeres y a conflictos que involucran mujeres, están muy presentes.

En general no he encontrado obstáculos en el sentido de incluir temas con perspectiva de género en el noticiero, y el hecho de que esté a cargo de Séptimo Día me da más posibilidades, así como la libertad de abordar los temas que yo quiero.

Yo creo que en la prensa escrita los temas de mujeres son masivamente tomados por las mujeres y nada más tengo que pensar ahorita en Denisse Dreser y el peso que se le ha dado al caso de Paulina.

Las mujeres hoy escriben sobre todos los temas, no sé a nivel de reporteras, pero a nivel de editorialistas yo no veo a Cecilia Soto, no veo a Denisse Dreser evitando temas, las veo tocando temas de la más alta importancia tal y como la jerarquía social lo establece, así como temas que tienen que ver con las mujeres.

Acabamos de vivir dos casos, el tema del aborto y el caso de Paulina creo que han tenido una cobertura masiva y han sido considerados noticia. No sé si antes no lo serían, pero desde que yo estoy en esto no tengo la más mínima duda de que hay ciertas noticias que son consideradas fundamentales y que tienen que ver con las mujeres y que las mujeres que escriben las toman en cuenta.

COMPARTIR CRÉDITOS ME PERMITE APRENDER

De entrada, el compartir créditos, no importa si estás con un hombre o una mujer, incluye ciertas dificultades como en cualquier cosa ya que implica todo un tiempo de adaptación, de conocimiento, de entendimiento. Yo creo que eso lo vuelve más difícil que si estás solo, pero por otra parte, lo enriquece más desde mi punto de vista y después, insisto, el hecho de que yo no haya estudiado periodismo hace particularmente importante el que yo comparta el espacio lo cual me permite cotidianamente ir aprendiendo de la experiencia que, en este caso, tiene Ciro en el periodismo.

INCLUIR MI VISIÓN DE GÉNERO, UNA DE LAS RESPONSABILIDADES EN MI TRABAJO

La responsabilidad en los medios que yo siento es primero hacer bien mi trabajo, como cualquier mujer que tenga un espacio público tiene que tener cierta responsabilidad con respecto a un género que estamos tratando de obtener mayores espacios y por lo tanto volverse también personas confiables profesionalmente. Y segundo, creo incluir mi visión de género dentro de mi trabajo que va desde lo más sencillo, puesto que trabajo en la definición de lo que es el noticiero, tengo interés y trato de que el hecho de que sea mujer pese en que existan ciertas problemáticas que quizá no fueran fácilmente percibidas por los hombres y que yo las entiendo como importantes. Creo que esas son mis dos responsabilidades: hacer bien las cosas y darle espacio a ciertos temas.

En el noticiero definitivamente no se reproduce un lenguaje sexista y si ha ocurrido ha sido realmente un descuido. Aquí sí se toma en cuenta y se cuida el lenguaje. Simplemente creo que la discriminación está en el lenguaje también y entonces a partir del hecho que creo que la discriminación está en el lenguaje creo que el lenguaje es fundamental.

MI TRABAJO: ALGO QUE ME DEFINE COMO MUJER

No veo obstáculos específicos en el ejercicio del periodismo, creo que son los que tiene cualquier profesión; por ejemplo, salgo a las once de la noche, lo cual implica ciertas consecuencias en mi vida personal y social, pero creo que yo no lo vivo como un problema porque a mí me apasiona lo que hago y a las personas que están a mí alrededor les encanta que me apasione lo que hago y eso es todo. Ahí sí *nunca he pensado que como mujer mi trabajo sea una cuestión secundaria, siempre ha sido una cosa central que me define y por lo tanto, al ser tan central, mi entorno soy yo.*

Mi meta dentro del periodismo sería simplemente hacerlo cada día mejor, por ejemplo yo disfruto muchísimo el programa de *Séptimo Día* y quisiera ir experimentando para hacerlo mejor, quizá ampliar más los temas. Después yo no me planteé tanto entrar al periodismo, entonces me parece complicado fijarme una meta. En este campo llevo realmente un año muy fuerte, en una etapa de aprendizaje acelerado que va de no

haber nunca trabajado en un medio periodístico y hacer entrevistas una vez a la semana, que es muy distinto a estar de tiempo completo en la prensa, a hacer un noticiero televisivo todos los días, así que realmente por el momento lo más importante es hacerlo todos los días mejor y seguramente a final de año tendré que tomarme un espacio para pensar cómo quiero exactamente que sigan las cosas.

La entrevista con Pilar Álvarez Laso se llevó a cabo en la redacción de CNI Noticias en el piso 41 del World Trade Center. No obstante algunas interrupciones por ser apenas un par de horas antes del noticiario, los detalles de último momento y la junta editorial diaria, Pilar siempre fue muy accesible en cuanto al tiempo y a la atención dedicada a la entrevista, la cual se desarrolló de una forma muy amena e incluso con algunas bromas, gracias al carácter y actitud de la comunicadora.

Pilar Álvarez Laso estudió la Licenciatura en Comunicación en la Universidad Iberoamericana y su primera incursión dentro del periodismo fue como corresponsal itinerante en Sudamérica ya que al terminar la carrera tenía una gran curiosidad por saber lo que estaba pasando en ese lugar con los movimientos de masas, incluso pensó que sobre eso iba a hacer su tesis, así que sola en su coche y por supuesto sin acreditación se fue a Sudamérica a hacer un trabajo periodístico, el cual enviaba a los medios que probablemente les interesara publicarlo.

Cuando regresó a México en 1984, dado que La Jornada había publicado algunas de sus notas, buscó trabajo ahí pero como le decían que había tiempos de contratación y que regresara en octubre y era junio y necesitaba trabajar para vivir, alguien le comentó que necesitaban gente en el departamento de información internacional en Imevisión y de esa forma entró a trabajar en televisión.

Comenta que empezó como analista, que aunque suena muy rimbombante en realidad era el escalafón más bajo del trabajo, lo que se hacía era recibir y procesar cables, redactar notas. Luego se desempeñó como guionista, reportera de política, economía y asuntos internacionales, así como conductora de los noticiarios matutino y nocturno. Fungió como Coordinadora Editorial del noticiario "IMEVISIÓN INFORMA" a las 22:00 hrs., y del programa semanal "El suelo que pisamos".

Con 17 años de experiencia en medios de comunicación, dentro de EDUSAT ha conducido teleconferencias y programas de debate. Organizó el primer canal de televisión del Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE) y fue

Directora de Programación de tres canales. Actualmente es Directora de Comunicación de dicho Instituto.

Fue guionista y conductora del programa "RADIO TEC" en Monterrey, así como locutora en Radio Educación. En 1997, durante las elecciones a Jefe de Gobierno del Distrito Federal fue Directora de Información del Instituto Federal Electoral. También se ha desempeñado como docente en la Universidad Intercontinental.

¿EL PROBLEMA DE SER MUJER?

Seguramente no soy representativa de lo que la mayoría de las mujeres sufren en el ambiente laboral, sin embargo si te das cuenta que en los equipos de trabajo hay reuniones de puros hombres, eso he podido verlo en los trabajos en los que he estado, o que en las reuniones en las que por fin estás eres tú y a lo mejor alguna otra mujer y siempre me ha sorprendido que en efecto estamos tan poco presentes.

Evidentemente se trata de una discriminación, leído en su sentido más amplio, pero en su sentido estricto son muchas cosas las que intervienen para que en un momento se tome en cuenta la participación de la mujer y en otro momento no. Una razón podría ser sentimiento de solidaridad entre los hombres, que por supuesto no llamaría un problema machista a un problema de género, sino lo entendemos en un paso anterior, en un problema de cultura, pues es más fácil tratar entre ellos por el lenguaje que ocupan, las bromas que hacen, los albures, etc. de pronto les rompes la dinámica aunque puedas participar y trabajar igualmente y eso a veces se da, a veces no.

Por ejemplo hablando de dinero, este momento reconozco que sí hay diferencias de salarios, pero no por el hecho de ser hombre o mujer y cuando empecé en esto en 1984-1985 también había diferencias, pero no creo que sea por el hecho de ser mujer le pagamos menos, y sí por el hecho de la posición que representas para la empresa y las responsabilidades que te asignan.

Lo mismo pasa para que tu opinión se tome en cuenta o no en la toma de decisiones, sin embargo podría haber diferencias pero creo que se deben básicamente a solidez en el oficio, ya que *pesa más una opinión que otra con base en la experiencia que tiene uno atrás, pero por género no.*

Probablemente una situación que sí me llamó algo la atención fue cuando me convertí en jefa de familia, no importaba si era mujer o no pero de repente un día solicité un aumento de sueldo y la respuesta de quien tenía que autorizarlo, que era hombre, dijo "estás casada, tienes esposo, qué te preocupa" y le dije en mi trabajo mi estado civil no tiene que ver, lo que tienes que ver es mi desempeño, mi preparación y mi esfuerzo, así que tuve que centrarlo en lo que era el punto de discusión, en ese momento esa fue una reflexión interesante. Pero más adelante cuando yo era jefa de familia y ya no estaba casada, me encontré con que era un argumento para un aumento de sueldo y finalmente es un argumento que puede esgrimir tanto un hombre como una mujer.

PRESENCIA DE LOS TEMAS DE GÉNERO EN LOS MEDIOS

En mi opinión los temas de género todavía no son agenda noticiosa, por lo menos en televisión, algo se está haciendo en prensa escrita ya que es más fácil, es más reflexiva, más perdurable y pionera muchas veces, por lo que el tema del género por supuesto no se ha quedado atrás. En la televisión y la radio ha habido muchos programas de mujeres, lo que pasa es que hay que ir más atrás y preguntarse cuáles son los temas de relevancia de las mujeres, porque seguir pensando en la mujer como ama de casa suena obsoleto y sin embargo es vigente.

En la televisión internacional yo creo que hay varias propuestas interesantes, ha habido programas de entrevistas muy interesantes a las mujeres, como en la televisión inglesa donde se entrevistan a mujeres exitosas pero no en el sentido económico sino en términos de que pudieron identificar claramente su vocación y la lograron realizar; también están los programas sobre biografías sobre mujeres reconocidas, ahora sí en los términos más comunes de la fama, hay programas de salud dirigidos a la mujer

pensando en que finalmente es ella la administradora de la salud de su familia, entre otros.

Entonces considero que si hay esfuerzos realizados por introducir este tipo de temas en los medios. En México creo que Canal 11 está haciendo cosas interesantes, Edusat en el Canal 22, específicamente aquí en Canal 40 yo diría que no es un problema, se han tocado muchos temas de género, aunque el problema no es tocar los temas, el problema es que la gente los vea. En radio hay una cantidad enorme de programas para mujeres y otra vez pensando en la mujer en muy distintos foros.

De esta forma, creo que para insertar los temas de género en los medios se necesita primero aclarar esta idea de que el tema de la mujer no es un tema feminista sino es un tema de género y yo creería que si se hace en televisión se debe tomar en cuenta que es un medio de información que tiene el entretenimiento como principal atractivo.

Si vemos a la televisión sólo como un medio de información fracasa, pero si consiguiéramos que los temas de género fueran presentados de una manera atractiva, entonces muchos puntos pueden pasar si se encuentra la forma adecuada. Nos han faltado planteamientos de cómo hacerlo exitoso y sin embargo existe ahí está Cristina Pacheco, Adriana Pérez Cañedo, Adela Micha, Denise Maerker, sólo por mencionar algunos nombres.

Entonces si existe esa perspectiva y está presente, yo creo que a las mujeres que estamos ahorita en los medios de comunicación a ninguna, o prácticamente a ninguna, nos es ajeno el tema de género y lo tenemos presente todo el tiempo, que cómo lo podemos empujar y hacerlo agenda va más allá de nosotras.

El programa en el que actualmente colaboro en Canal 40 es un informativo noticioso, que se arma en función de la noticia que se da en el día, si en el día algo ocurre y tiene perspectiva de género entra sino tampoco se impone, porque insisto es un programa noticioso no es un programa de debate temático, en el que cada semana o cada mes se pueden introducir temas más libremente.

Ahora bien, probablemente una opción sería contarte la historia desde la visión de las mujeres, conocer su punto de vista, que cada historia incluyera esa óptica, por ejemplo en la marcha zapatista quiénes son las mujeres que están detrás de esta

marcha, cuál es su labor, independientemente de quien es el protagonista de la nota yo creo que es importante ver quién es el co-protagonista o antagonista mujer y si no tanto contar la historia desde su punto de vista si incluirla en esa historia, yo creo que eso falta por hacer.

Una situación diferente se da en los contenidos del Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), donde hay programación específicamente pensada en función de género, de hecho es un compromiso y una de las líneas programáticas de producción, y estoy hablando en función de género de las dos maneras, interés de la mujer y que pudiéramos pensar en la línea feminista pero muy disfrazado, porque lo que interesa principalmente es que tenga penetración, y como un tema de debate. Entonces aquí si podemos ubicar un esfuerzo muy fuerte que si se quiere contabilizar para ver si ya rindió frutos es muy injusto, porque estamos hablando de una cultura patriarcal milenaria, y esto lleva apenas tres o cuatro años de hacerse en México, pero es un hecho y que está llegando a comunidades remotas por televisión abierta.

Sin embargo, debe dejarse de ver como un esfuerzo de la televisión educativa y pasar a la televisión comercial. Cómo hacerlo, es un reto a la imaginación y a la creatividad, y en ese sentido es un reto a la mercadotecnia porque hay que hacerlo comercial. De esta forma, *creo que es difícil que introduzcan el tema de la mujer en los medios así como así, una vez más la cuestión es la forma cómo es presentado el tema de manera que la gente lo vea y que además haya patrocinio atrás para que sea comercial y esté en la televisión y la radio.* En el caso de la prensa escrita como es más libre hay más opción de verlo.

Por ejemplo hablando de publicaciones específicas para mujeres, yo creo que no hay problema en que existan secciones femeninas en los medios, desde el punto de vista tradicional y desde el punto de vista de vanguardia, como lo sería Triple Jornada, y que bueno que existan pero también hay que concentrarnos en que se desarrollen de una manera más imperceptible. En este momento con lo de la Marcha Zapatista, acaso se ha escuchado algo específico y particular sobre la mujer indígena, aunque seguramente por ahí está, seguimos pensando en términos generales y las reivindicaciones son en el mismo sentido y creo que así deben de seguir siendo.

Quizás esto tiene más que ver con la discusión de saber en qué momento se encuentra ahora el feminismo, *en mi opinión, finalmente la lucha de la mujer se ha entendido, y ya hizo su gran aportación y seguramente le queda todavía muchísimo por hacer, sobre todo pensar en la mujer en una lucha independiente, en una lucha focalizada en nosotras mismas y en nuestras necesidades que son totalmente diferentes, en muchas cuestiones como la maternidad, la cuarta jornada de trabajo, la característica de cómo somos mujeres trabajadoras, en el tipo de trabajos que hay para la mujer, como esto de la maquila que es una clase de trabajo casi femenino, el trabajo doméstico, tanto por muchachas pagadas como por amas de casa, la de educadora, la de criadora, la de maestra.*

La lucha feminista ya ha avanzado muchísimo y de esta forma debe continuar como una lucha sólo con el foco en la mujer, pero también existe esta otra brecha que ha dado el giro y ha sido denominado el movimiento de género porque tenemos que jalar parejo, aunque mucho del trabajo nos sigue tocando a las mujeres en la medida en que eduquemos a nuestros hijos en una visión que no es equitativa.

COMPARTIENDO CRÉDITOS

Desde que empecé en espacios noticiosos en 1985, siempre he estado en programas noticiosos hombre-mujer. Aunque reconozco que los informativos de más peso eran los de los hombres, siempre ha habido la compañía de la mujer aunque a veces ha sido la compañía y a veces la presencia, que es diferente, y puedo decirte que sin llegar a estar como florero he llegado a estar como presencia y como compañía en otras ocasiones, pero la diferencia es que tenía el trabajo atrás de redacción y de análisis, por lo que creo que no soy la más representativa porque he tenido una situación privilegiada. En mi caso la relación siempre ha sido equitativa, aunque no veo que mi caso se reproduzca mucho, eso es una realidad.

Aunque voy a lo mismo, a veces no creo que se deba a que seamos mujeres o no, a veces se debe al trabajo, a que no hay talacha, no hay esfuerzo. Yo creo que la lucha se da en términos de preparación, de esfuerzo, de trabajo, de formación, de ganas, yo he visto a mucha gente que le saca a la talacha y sacarle a la talacha es casi

señal indiscutible que te van a hacer a un lado. No se si es bueno o es malo, pero es una expectativa que muchas veces casi te la mandan como prueba, a veces como castigo o un desanimador, por lo que insisto no es que seas mujer u hombre.

"EVITAR EL SEXISMO EN EL LENGUAJE: UNA BATALLA DIFÍCIL DE GANAR"

Desde luego en los medios se reproduce un lenguaje sexista y en la medida en que hay menos censura hay más manifestaciones sexistas en el lenguaje. En este sentido lo único que se puede hacer es tratar de evitarlo, lo cual es una determinación personal de las y los comunicadores que decidan no emplearlo y que sea institucional sólo se lograría probablemente incluyéndolo en los códigos de ética de las instituciones donde éste existe.

Por otra parte, realmente no sé si es una lucha que se pueda ganar, es una batalla que dar pero es un esfuerzo destinado a permanecer en el tiempo no a verse coronado con el triunfo. *La erradicación del lenguaje sexista me parece absolutamente ingenuo siquiera imaginarlo. Desde luego uno se puede abstener de reproducirlo, pero imaginar el día que el lenguaje sexista quede erradicado de la televisión no me lo imagino, lo cual sería totalmente revolucionario y novedoso, por eso considero que es una batalla permanente no para exterminarlo, no la vamos a ganar.*

Finalmente, lo que busco en mi carrera es consolidarme como periodista, reportera y entrevistadora. En el ámbito personal la organización es uno de los retos más importantes a vencer cada día, porque el tiempo de mi familia para mí es prioridad, yo creo que ya viví los años en que la prioridad era el trabajo, sin quitarle lo que le toca al trabajo aunque ahí se da un equilibrio que no se da de manera natural, sino forzado, hay que irlo nivelando, pero la prioridad queda clara.

ANA MARÍA LOMELI

HECHOS A.M.

CANAL 13, TELEVISIÓN AZTECA

16 DE MARZO DEL 2001

Egresada de la escuela de periodismo Carlos Septién García, Ana María Lomeli inició en el periodismo en 1985 trabajando en el noticiario juvenil "Seis en punto" transmitido por el Canal 4, el cual nunca fue planteado como una escuela, pero para ella lo fue porque ahí lo mismo hizo guardias, que editar sus reportajes y además había la posibilidad de conducir. Asimismo en Televisa condujo el noticiario de media noche con Guillermo Ortega, las cápsulas informativas de Notivisa, Nuestro Mundo con Guillermo Ochoa, Hoy Mismo con Lourdes Guerrero, Al Fin de Semana con Juan Calderón y varios espacios de ECO y Al Despertar. En 1997 ingresa a Televisión Azteca como conductora del noticiario de revista Hola México.

LA DOBLE JORNADA DE TRABAJO

Definitivamente es difícil salir adelante en este medio pero no creo que sea más difícil como mujer que como hombre porque en mi experiencia yo he podido llegar hasta donde he decidido. Cuando empecé, tenía 18 años y a veces me tocaban guardias nocturnas con otro reportero en la jefatura de información general en donde tenías que checar todos los servicios nocturnos y estar al pendiente de todo lo que pasa en la noche para que a la mañana siguiente toda la información tenga seguimiento.

A mí por ejemplo sí me costó trabajo que mis papás entendieran que no iba a llegar a dormir a la casa y que no me iban a ver porque después de trabajar me iba a la universidad. Entonces ese fue mi problema pero si estás peleando por estar en un medio, ocupar un lugar y tener un espacio yo no podía decirle a mi jefe oiga mi mamá dice que soy hija de familia y que me tengo que regresar a las diez de la noche. Entonces ya me la "rifé" yo con mi familia y entendí que si quería dedicarme a esto tenía que entrarle a las guardias nocturnas, a los viajes, en fin.

Ahora, desde que me casé hay una niña y un niño que dependen de mí y además está mi esposo a quien le gusta mucho mi trabajo, pero *si hay veces que mi trabajo choca y obstaculiza mis labores y mis tiempos en casa, además de mi tranquilidad.* Entonces él está contento con lo que hago aunque de repente se preocupa porque *no puedo librar la batalla cada día del trabajo por un lado, y mis hijos por el otro, es muy difícil,* estoy colgada al teléfono y pegada a la computadora todo el día que no estoy aquí y bueno, es una estrategia que cada día me monto para intentar cumplir con todo, mis compromisos y los de mis hijos, no obstante siempre hay imprevistos y entonces es muy difícil si tengo que regresar en la tarde al trabajo para grabar una entrevista u organizar las cosas del día siguiente, entonces sí siento que me asfixio, pero la verdad estoy feliz de ser mamá porque es mi gusto, es mi oportunidad y es mi obligación.

Sin embargo si vivo con mucha presión, muy angustiada, porque a la fecha no he visto que ese doble y hasta triple rol que desempeñamos las mujeres lo hagan los hombres. Yo creo que muchas veces los obstáculos personales de las mujeres determinan su acceso a determinados puestos o áreas, ya que por ejemplo en mi caso me encantaría trabajar también en radio o estudiar una maestría, pero no puedo por mis obligaciones en casa con mis hijos y eso es una limitante.

Por lo demás, mi trabajo me encanta y lo disfruto, aunque el horario es espantoso, pero si no trabajo a esta hora la verdad es que no podría porque ahorita estoy de tiempo completo para la familia en las tardes y definitivamente en el momento en que interfiera con esto, dejo de trabajar porque así está estipulado en mi matrimonio.

LA MUJER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En general cada día hay más mujeres que ocupan diferentes espacios y ya no es nada más una figura que adorne o que acompañe, también tiene voz creo que eso es el reflejo de lo que está pasando en nuestra sociedad, al igual que hay más mujeres que ocupan espacios en la política, en el arte y en distintos ámbitos, lo cual en general es muy importante.

Considero que las mujeres sí son consideradas dentro del ámbito noticioso, aunque lógicamente en otros espacios lo son más, pero la verdad es que sí están presentes las noticias sobre violencia intrafamiliar, abortos, la situación de la madre soltera. Yo creo que el hecho de que en algunos espacios se les dé más lugar que en otros se debe básicamente al tipo de programa y al público al que se dirige, ya que hay programas dirigidos especialmente a ellas. Por ejemplo los noticiarios no tienen enfoque o una causa definida, y cuando hay problemas con los niños lo que importan son ellos, se busca contextualizar y ver cuál es la problemática que ese fenómeno genera.

De esta forma, los noticiarios son un reflejo de lo que pasa en la sociedad y si de repente aumenta el número de violaciones pues es tema, y si se incrementa el número de suicidios es tema, no es que se diga ahora vamos a luchar por esto, no hay causas como tales es un servicio para la sociedad y como tal hay de todo, habrá veces que se hable más de un tema que del otro.

En el caso del Día Internacional de la Mujer se trata de destacar a las personas que figuran en este espacio así como hacer una profunda reflexión del abismo que hay entre las mujeres, intelectuales, preparadas, inteligentes y profesionistas y las mujeres indígenas que no tienen la menor idea y aún son víctimas de abuso por ignorancia.

En ese sentido, depende de muchas circunstancias la forma en que se hable de la mujer en los noticiarios. Así, los medios lo que pueden hacer es resaltar el papel de la mujer en donde ha ido triunfando, sus pequeñas y sus grandes conquistas, no olvidando a las que nunca podrán tener acceso a nada, a las que todavía las venden, y entre que tienes una vocera presidencial y que ahora en la procuraduría va a haber una mujer en un cargo super importante, yo creo que se va a dar poco a poco.

Ahora, respecto a la cobertura del tema en los casos de Ciudad Juárez, yo creo que hay épocas, ya dimos la noticia, ya dijimos lo que está pasando, ya dijimos que pasa con las investigaciones y de repente regresamos al seguimiento porque es lo mismo, lo mismo y lo mismo no hay nada nuevo, así que cuando aparece otro cadáver ahí vamos con la misma, hacemos un contexto y recopilación de lo que pasó pero no puedes estar con la misma canción todos los días.

En este sentido, yo creo que hay quien se ocupa de las mujeres, posiblemente son pocos espacios pero no puede ser que las mujeres se ocupen de las mujeres. Como profesionistas debemos ocuparnos de las mujeres, de los hombres y de los niños en general, no se por qué tendría que haber una razón para hacerlo. Además creo que las cosas han sido circunstanciales, antes no se hablaba de violencia intrafamiliar y de muchas cosas. Ahora hablas de que hay muchos hombres que son maltratados por sus esposas también, entonces es un todo y así hay quien se interesa particularmente por determinados temas y áreas, pero yo he sido periodista en noticiarios donde se abordan todas las temáticas.

SU SITUACIÓN EN EL ESPACIO TELEVISIVO

Me siento reconocida y me ha costado muchísimo trabajo porque olvidate de la empresa, *muchas veces la gente piensa que los hombres son los que llevan la batuta pero en Hechos AM Ramón y yo estamos a la misma altura y tenemos la misma jerarquía* y de esta forma hemos podido llevar una relación muy respetable en estos dos años. *Pero ante la gente hay quien piensa que él es el titular y yo la co-conductora pero porque la sociedad es machista, no porque así sean las cosas.*

En algunos casos yo he tenido que decir no, tenemos la misma posición y voy primero porque soy mujer y me cede el paso. Muchas veces hemos hablado de que más allá de las cuestiones de cortesía, cuando la puerta se hace chica la que va primero soy yo independientemente de todas las cosas.

De repente es muy difícil que yo diga oye voy yo, pero no me importa es un espacio que me ha costado mucho trabajo y que no estoy dispuesta a ceder ni un ápice en ningún momento, pase por encima de quien tenga que pasar, es muy vergonzoso pero quien no lo entienda se lo puedo explicar muy fácilmente y lo he hecho.

Aquí la interacción en la conducción del noticiario es super equilibrada pero me ha costado!, porque aunque sea un detalle insignificante yo sé que es importante para mí, porque Ramón podrá hablar menos, y lástima que no está aquí porque me daría la razón, pero si me ha costado mucho trabajo que la gente entienda que vamos a la par y que soy "mona" y pueden pensar que soy simpática pero también tengo mi punto de

vista a mi manera y se vale porque me han dado esa libertad, les guste o no les guste, aunque no es cuestión de que les guste o no a la gente, sino que simplemente están tan acostumbrados a que primero va él y luego va ella, pero aquí no nos hemos dejado.

LENGUAJE Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Estamos acostumbrados a que cuando dices niños son ellas y ellos y cuando dices niñas nada más son ellas, así hablamos en los medios porque además es una cuestión cultural y no creo que sea excluyente ni incluyente simplemente así es, no hay esa percepción de que decimos para incluir, no hay esa conciencia con relación al lenguaje pero no creo que sea por discriminación, tal vez es por ignorancia o por falta de atención en ese rubro. Así que lo primero es estar conscientes de cómo es que se discrimina a partir del lenguaje para tratar de evitarlo en los medios.

BIBLIOGRAFÍA

- ALCAYAGA, CRISTINA, *La mujer y los medios de comunicación. Situación de la mujer en México, aspectos educativos y culturales. Comité Nacional Coordinador para la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer Pekin 1995*, México, Conapo, 1995.
- BOHMANN, KARIN, *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, México, Alianza Editorial Mexicana – Conaculta, 1992, 399 pp.
- CALSAMIGLIA, HELENA, BLANCA FORT Y AMPARO TUSON VALLS, *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*, Barcelona, Ariel Lingüística, 1999.
- CALVO FAJARDO, YADIRA, *A la mujer por la palabra*, Heredia, Costa Rica, Editorial de la Universidad Nacional, 1990.
- CÁMARA DE LA INDUSTRIA DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN, *Estimado de radiohogares y telehogares por entidad federativa 1999*, Dirección de Información e Investigación.
- CATALÁ GONZÁLEZ, AGUAS VIVAS Y ENRIQUETA GARCÍA PASCUAL, *Ideología sexista y lenguaje*, Madrid, Ediciones Octaedro, 1995, 70 pp.
- CAZÉS, DANIEL, *La perspectiva de género. Guía para diseñar, poner en marcha, dar seguimiento y evaluar proyectos de investigación y acciones públicas y civiles*, México, Conapo, 1998, 205 pp.
- GARAY, MARÍA CRISTINA, *Diccionario de la discriminación de la mujer en el lenguaje*, Argentina, Argenta, 1994, 223 pp.
- GARCÍA MOUTON, PILAR, *Cómo hablan las mujeres*, Madrid, Arco Libros, 1999, 96 pp.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA, *Mujeres y Hombres en México*, Publicación Anual, Cuarta Edición, México, 2000, 412 pp.

LAKOFF, ROBIN, Trad. por María Milagros Rivera, *El lenguaje y el lugar de la mujer*, Barcelona, Hacer, 1981, 131 pp.

LAMAS, MARTA, Comp., *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual*, Colección las Ciencias Sociales, Estudios de Género, México, PUEG-Miguel Ángel Porrúa, 1996, 367 pp.

_____. "Por qué es importante la perspectiva de género", en *Hablemos de sexualidad: lecturas*. México, Conapo-Mexfam, 1992, pp. 243-261.

LLEDÓ, EULALIA, "La construcción del sentido: la representación en la lengua", en Ana María Portugal y Carmen Torres, Comp., *Por todos los medios. Comunicación y Género*, Santiago de Chile, Ediciones de las mujeres, ISIS núm. 23, 1996, pp. 90-93.

LOVERA, SARA, "Las trabajadoras de los medios de comunicación", conferencia, Centro de Documentación CIMAC.

MARCO, AURORA, "Las mujeres en la prensa", en Ana María Portugal y Carmen Torres, Comp., *Por todos los medios. Comunicación y Género*, Santiago de Chile, Ediciones de las mujeres, ISIS núm. 23, 1996, pp. 79-89.

MARTÍN SERRANO, MANUEL, *La producción social de comunicación*, Madrid, Alianza Editorial, 1986, 501 pp.

MATA, MARÍA CRISTINA, "La radio por la apropiación de la palabra", en Ana María Portugal y Carmen Torres, Comp., *Por todos los medios. Comunicación y Género*, Santiago de Chile, Ediciones de las mujeres, ISIS núm. 23, 1996, pp. 53-59.

MATTELART, MICHELLE, *La mujer y las industrias culturales*, UNESCO, Desarrollo Cultural, Expediente Documental 23, 75 pp.

PEARSON, JUDY, ET AL., *Comunicación y Género*, Barcelona, Paidós, 1993, 440 pp.

PRIMER ENCUENTRO LATINOAMERICANO DE PERIODISTAS SOBRE DERECHOS SEXUALES Y REPRODUCTIVOS. Memoria, México, 1998, 100 pp.

RIAÑO, PILAR, "Ni pasivas ni silentes", en Ana María Portugal y Carmen Torres, Comp., *Por todos los medios. Comunicación y Género*, Santiago de Chile, Ediciones de las Mujeres núm. 23, ISIS Internacional, 1996, pp. 36-52.

RÍOS REYES, PATRICIA, "El ser mujer y ser periodista (Condiciones laborales de las periodistas en los diarios de la ciudad de México)". Inédita. México. Tesis presentada para aspirar al grado de Maestra en Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, División de Estudios de Posgrado, 1999.

SAU, VICTORIA, *Diccionario ideológico feminista*, 2ª. ed., Madrid, Icaria, 1990, 318 pp.

SCOTT, JOAN W., "El género: útil para el análisis histórico", en James Amelang y Mary Nash, Comp., *Historia y género: las mujeres en la Europa moderna y contemporánea*, pp. 23-56.

SEN SANTOS, XÓCHITL ANDREA, "A la conquista de la información general (Las mujeres periodistas de El Día en la década de los setenta)". Inédita. México. Tesis presentada para aspirar al grado de Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 1998.

TOMPSON, JOHN B., *Ideología y cultura moderna: teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*, 2ª edición, México, UAM Xochimilco, 1998, 482 pp.

TOUSSAINT, FLORENCE, *Televisión sin fronteras*, México, Siglo XXI Editores, 1998, 183 pp.

TRUEBA, CARMEN, "La identidad de género. Un debate interdisciplinario". (Conferencia), XIII Congreso Internacional de Ciencias Antropológicas y Etnológicas, México, D.F., noviembre de 1993.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO, *Agenda Estadística 1999*, Dirección General de Estadística y Desarrollo Institucional.

VALLE, NORMA, BERTA HIRIART Y ANA MARIA AMADO, *El abc de un periodismo no sexista*, Chile, Fempress, 1996, 135 pp.

VAN DIJK, TEUN A., *Estructuras y funciones del discurso*, 11ª. ed., México, Siglo XXI, 1997, 204 pp.

_____, Comp., *El discurso como interacción social*, Barcelona, Gedisa, 2000, 460 pp.

_____, *La noticia como discurso*, Madrid, Paidós, 1990, 284 pp.

VERGARA ESPINOZA, GUADALUPE BEATRIZ, "Discriminación para y por las mujeres en México", Especialización en Estudios de la Mujer, UAM Xochimilco, México, 1996.

VILCHES, LORENZO, *Manipulación de la información televisiva*, Madrid, Paidós, 1989, 414 pp.

HEMEROGRAFÍA

CHARLES, MERCEDES., "Un cambio en la concepción de la relación mujeres/medios de comunicación", *fem.*, núm. 106, octubre de 1991, pp. 11-13.

HERNÁNDEZ CARBALLIDO, Elvira, "El álbum de la mujer", *fem.*, año 21, núm. 174, septiembre de 1997, pp. 45-46.

_____, "¡Extra!...Mujeres periodistas en México...¡Extra!", *fem.*, año 22, núm. 187, octubre de 1998, pp. 89-93.

_____, "Leona Vicario: heroína y precursora del periodismo de mujeres", *fem.*, año 20, núm.162, septiembre de 1996, pp. 44-45.

_____, "Periodistas revolucionarias", *fem.*, año 22, núm. 188, noviembre de 1998, pp. 45-46.

_____, "Las pioneras en la prensa mexicana", en *fem.*, año 22, núm. 183, junio de 1998, pp. 45-47.

_____, "Recuperar la memoria femenina del periodismo", *fem.*, año 22, núm. 179, febrero de 1998, pp. 44-46.

_____, "Y se enamoraron de la noticia...Las mujeres periodistas en México a finales de milenio", *fem.*, año 23, N° 199, octubre de 1999, pp. 28-32.

_____, "Violencia, medios de comunicación y mujeres", *fem.*, año 24, núm. 202, enero de 2000, pp.42-46.

LAMAS, MARTA, "La antropología feminista y la categoría género", *Nueva Antropología*, Vol. VIII, núm. 30, México, 1986, pp. 173-193.

MAGAÑA SÁNCHEZ, Margarita E., "El término hombre ¿concepto genérico?", *fem.*, año 13, núm. 81, septiembre de 1989, p. 22

PETERS, BETTINA, "La barrera invisible", *Perspectivas: Mujeres de Medios*, ISIS, Internacional núm. 4, 1996, pp. 3-4.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

"Alternativas para evitar el sexismo en el uso del lenguaje", en www.mujiereesenred.org

CERVANTES, ERICKA, "La información sobre mujeres en los medios de comunicación representa sólo el 18%", 26 de enero de 2001, en www.cimac.org.mx

CHAVARRÍA, MÓNICA, "Lograr la democratización en los medios informativos, el reto de CIMAC", 22 de septiembre de 2000, en www.cimac.org.mx

DEL VALLE, TERESA, "Mujer y nuevas socializaciones: su relación con el poder y cambio", *La Ventana*; U. de G., en www.udg.mx/laventana

MURGUIALDAY, CLARA, "Las mujeres queremos ser escuchadas", semana del 6 al 12 de marzo de 2001, en www.cimac.org.mx

RODRÍGUEZ, DINAH, "El trabajo doméstico arrojaría el doble de ganancias al PIB que el sector de la construcción", 18 de julio de 2000, en www.cimac.org.mx

TELEvisa, "50 años de noticias", video del programa transmitido con motivo de la celebración de los 50 años de la televisión mexicana, canal 2, noviembre de 2000.

www.cnienlinea.com

www.fundacionbuendia.org.mx

www.inmujer.df.gob.mx

www.oncetv.ipn.mx

www.televisa.com.mx

www.tvazteca.com.mx