Manual editado por CIMAC con apoyo de la UNESCO

MÉXICO - Presentan hacia la construcción de un periodismo no sexista

Guadalupe Cruz Jaimes, Cimacnoticias

Lunes 24 de agosto de 2009, puesto en línea por CIMAC

México, DF, 20 agosto 09 - Cimacnoticias - Frente a la reproducción de los estereotipos de género que en los medios de comunicación colocan a las mujeres como objetos sexuales y de servicio, es urgente que las y los periodistas relaten la realidad tomando en cuenta la desigualdad que prevalece entre mujeres y hombres en la sociedad mexicana, apuntaron hoy especialistas en el tema, durante la presentación del manual Hacia la construcción de un periodismo no sexista.

El Manual, editado por Comunicación e Información de la Mujer AC (CIMAC) con el apoyo de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), se presentó hoy durante el foro Medios de Comunicación y Perspectiva de Género en México, realizado en la Universidad Iberoamericana de la Ciudad de México.

Los medios electrónicos e impresos juegan un papel fundamental en el tránsito hacia la equidad de género, pues “reproducen los clichés y estereotipos de lo femenino, reforzando valores”, señaló la doctora en comunicación Josefina Hernández Téllez durante su intervención en el acto.

La especialista refirió que el escenario mediático revela “el nivel de desigualdad en el que estamos mujeres y hombres”, por lo que, sin afán de “victimizar o enaltecerlas”, se busca que al momento de hacer su labor las y los periodistas contemplen la situación dispar en la que viven ellas a comparación de los varones.

Al respecto, Lucía Lagunes Huerta, directora de CIMAC, mencionó que el periodismo “mira lo público como lo masculino y lo privado como el ámbito de las mujeres”. Ejemplo de ello es que durante 2006, año de elecciones presidenciales en las que participó una mujer, de 4 mil 274 notas informativas, sólo el 4 por ciento, es decir 176 notas mencionaron a las mujeres, según el monitoreo realizado durante siete meses en cinco diarios de distribución nacional, por la organización civil que preside.

En la investigación encontraron también que 35 de las 176 notas eran sobre Elba Esther Gordillo, secretaria del Sindicato Nacional de los Trabajadores de la Educación (SNTE), relacionadas con el conflicto que en ese entonces sostenía con el priista Roberto Madrazo; 26 mencionaron a la periodista Lydia Cacho, con información ligada al gobernador de Puebla, Mario Marín, y en sólo 12 noticias apareció Patricia Mercado, única candidata a la presidencia de la República Mexicana.

Carolina Velázquez Vargas, investigadora y redactora de Hacia la construcción de un periodismo no sexista, manifestó que la información, la cual pasó de ser un bien social a una mercancía, requiere de nuevas formas de hacer periodismo que parta desde los derechos humanos de las mujeres.

Velázquez Vargas agregó que el Manual aporta, en siete capítulos, una explicación sobre una mirada distinta sobre el periodismo y acerca de la importancia de que las mujeres aparezcan en los contenidos mediáticos sin reproducir los estereotipos de las mujeres ni refuercen los valores negativos hacia ellas.

El documento, que contiene las nuevas palabras y conceptos que han sido aceptados por la Real Academia Española que han tenido que modificarse por la inserción de las mujeres en distintos ámbitos como son las

profesiones, está pensado como un manual estratégico en la capacitación de, sobre todo, las nuevas generaciones de periodistas y para revaluar el discurso con que se representa la realidad en la noticia.

Por su parte, Teresa Rodríguez, directora regional de la oficina de Fondo de las Naciones Unidas para la Mujer (UNIFEM) manifestó que el problema que enfrentan las mujeres en el mundo es la desigualdad y se requiere tomar medidas especiales para superarla, ejemplo de ello son los compromisos logrados por los gobiernos de distintas naciones durante la conferencia de Beijing en 1995.

Entre estos acuerdos logrados con el propósito de abatir la disparidad entre mujeres y hombres están los relacionados con los medios de comunicación, entre ellos: aumentar el grado de participación de las mujeres en estos escenarios, su acceso a la información y tecnología, además de proyectar una imagen de las mujeres equilibrada y que dejen de retratarla como objeto y la ubiquen como persona.

A decir de Teresa Rodríguez, lograr la igualdad entre mujeres y hombres necesita de manera “urgente” un cambio en los medios de comunicación “que sea libre, abierta” y que descentralice la figura de los varones del ámbito público y el de las mujeres en el privado.

---

http://www.cimacnoticias.com/site/09082008-Presentan-Hacia-la.39028.0.html