LA INFRARREPRESENTACIÓN DE LA MUJER EN LOS INFORMATIVOS DE CANAL 9-RTVV

INMACULADA NAVARRO TOMÁS Y PENNY MACDONALD
Universitat Politècnica de València

RESUMEN

Lenguaje y sociedad interactúan constantemente y, a veces, resulta difícil saber cuál de los dos elementos ejerce más influencia sobre el otro. El lenguaje es una herramienta poderosa que puede pasar a ser un instrumento determinante en la transformación de la sociedad. Así pues, de acuerdo con esta premisa nuestro estudio parte de la idea que el lenguaje puede cambiar la sociedad. Los medios de comunicación son elementos de una gran proyección social que influyen notablemente en la creación de opinión y de ideología sobre las personas y por lo tanto configura actitudes y comportamientos. Dentro de una sociedad como la nuestra, aún desigual, que discrimina la mujer, ésta resulta infra-representada y por tanto infravalorada a través de herramientas de gran potencia como los medios de comunicación. A partir del estudio de 10 informativos de Canal-9 RTVV (Radio Televisión Valenciana) demostramos como, efectivamente, la mujer no consigue la representación que le corresponde en la sociedad y queda relegada al ámbito secundario e irrelevante. En esta discriminación se involucran factores de gran influjo social, como los medios de comunicación, que pasan a ser responsables, entre otros, de esta discriminación sexista.

Palabras clave: Canal 9-RTVV, discriminación sexista, medios de comunicación, informativos.

ABSTRACT

There is a constant interaction between language and society, and at times it is difficult to determine which exerts more influence over the other. Language is a powerful tool which can take on a fundamental role in transforming any society. In keeping with this idea, the present study is based on the idea that language can, in fact, change society. The mass media has proved to have a huge social impact which can influence greatly in creating, maintaining or manipulating public opinion and ideology, which implicitly leads to shaping people's attitudes and behaviours. Present-day society, with inequality and discrimination against women still rife, under-represents and under-values women, especially so in the mass media. The object of the research presented here is to carry out a study on 10 news programmes broadcast on Canal 9-RTVV (Radio Televisión Valenciana) just before the television channel was closed down by the regional government in Valencia. The results show that women, their roles, and what they do in society are grossly under-represented, being forced to take on a secondary and trivial place in the news items (in contrast to men) whilst positive aspects attributed to women are backgrounded and aspects concerning their roles as mothers, wives and carrying out menial tasks are foregrounded. In this respect, the mass media is responsible for perpetuating sexist attitudes and discrimination against women in 21st century society.

Keywords: sex discrimination, mass-media, news, Canal-9 RTVV.

1. INTRODUCCIÓN

La desigualdad entre personas de diferente sexo, la discriminación de la mujer en la sociedad actual y la violencia física, psicológica y cotidiana que sufren las mujeres y las niñas en todo el mundo son motivos poderosos y suficientes que no nos pueden dejar indiferentes, ni a los hombres ni a las mujeres. Así pues, nuestro análisis se incardina en las ciencias sociales y compromete tres aspectos fundamentales en la relación y comportamiento entre las personas: el lenguaje, la ideología y el discurso.

Este trabajo se incluye dentro de un estudio más amplio sobre los usos discriminatorios de la mujer en el lenguaje, centrado en tres esferas públicas de gran proyección social: el lenguaje usado en documentos de la administración de Justicia de la Generalitat Valenciana, un corpus de libros de texto de Primaria y Secundaria de la enseñanza pública y los medios de comunicación públicos concretados en el estudio de 10 informativos elegidos aleatoriamente de Canal 9-RTVV, emitidos durante el 2013 antes de su desaparición.

Los estudios sobre género y comunicación han experimentado un notable crecimiento en los últimos años (Gallego, 2002), como también la presencia de la mujer como sujeto noticioso tal y como más adelante veremos.

En este campo de investigación sobre la política de la representación de la mujer en los medios de comunicación (véase Proyecto Monitoreo Global de Medios, GMMP 1995) aún tenemos en nuestro país poca producción científica y ésta es muy dispersa, al contrario que en el Reino Unido y Países Bajos, por ejemplo, donde hay numerosos trabajos de investigación y un alto grado de sensibilidad en esta materia (Mateos et al., 2007).

Uno de los estudios pioneros en España en este campo es el de Fagoaga y Secanella (1984), que cuantificaba la presencia de la mujer como protagonista de la noticia en un 8% dentro de la prensa escrita. Por otra parte, Gallagher (1992) hace un informe al principio de los años 80 para la Unesco y solo encuentra 10 investigaciones en lengua castellana sobre esta materia. Una de las posibles causas de esta falta de estudios en España es de carácter sociopolítico. Hasta el año 1975, de-signado Año Internacional de la Mujer por la ONU, no se produce en el estado español el reconocimiento explícito de la discriminación fe-menina; la represión política española justifica en parte la falta de estudios, pocos y dispersos, de esta materia en nuestro país.

Después de 1985, cuando acaba el Decenio de las Naciones Unidas de la Mujer 1975-1985, aparecen estudios de imágenes sobre la presencia de personajes públicos femeninos, sobre los usos de la comunicación pública por parte del colectivo femenino y en menor medida el estudio de la producción informativa (Romana, 1994). Así pues, la investigación que incorpora el concepto de género aparece a final de los ochenta. Hasta este momento no se hacía un análisis relacional del colectivo femenino respecto del masculino.

Durante los años 90, los estudios realizados permitían identificar formas estereotipadas en las noticias asociadas a la mujer, así Gallego (2002) apunta que estas menciones a las mujeres no sobrepasaban el 12%. Los estudios realizados durante la primera década de los 2000 en este campo, sitúan la representación de la mujer en las noticias de di-versos medios de comunicación (radio, prensa, televisión) entre el 17 i el 18% respecto a la representación masculina. Las mujeres, aunque representan el 34% de la población activa, están representadas en los medios sólo en un 18% (Gallego i al. 2002)

Ruth Mateo de Cabo (2011) en una reedición de la obra colectiva titu-lada "Las mujeres en las noticias" estudia, a través de un análisis de contenidos, la presencia de la mujer en la prensa digital española. Para ello se realiza un análisis de más de 34.000 noticias de cuatro de los diarios digitales más visitados: el mundo.es, el pais.es, abc.es y liber-taddigital.es.

La autora concluye que los diarios digitales no sólo siguen reproduciendo los estereotipos observados en sus homónimos convencionales, sino que también pueden considerarse parte activa a la hora de construirlos. Además, si observamos la investigación a escala mundial más amplia y significativa sobre género y medios de comunicación, inicia-da en 1995 y revisada cada cinco años donde intervienen 71 países, diseñada y desarrollada por Erin Research Inc. Canada, llamada Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP) podemos constatar, como decimos al principio que, efectivamente, la presencia de la mujer como sujeto noticioso ha experimentado un notable crecimiento en los medios cuantificado del 17% en 1995 al 24% en 2010.

De acuerdo con estos datos, durante los últimos 32 años la representación de la mujer en los medios ha pasado del 8% al 24%, cifra que aunque se triplique y aparentemente resulte alentadora, aún dista en 16 puntos para consolidar la paridad legitima del 40% que promulgan las leyes de igualdad vigentes, la de 2007 del Estado español y la de 2003 de la Comunitat Valenciana, teniendo en cuenta que las mujeres somos el 52% del total de la población europea (Margot Wallström, vicepresidenta de la Comissió Europea, 2008).

La representación de género en los medios de comunicación, en concreto en los informativos de Canal 9, y la idea que el progreso social se cuantifica por la igualdad entre hombres y mujeres supone uno de los ejes de este estudio. Actualmente se detecta una conciencia individual avanzada en la categorización de los roles sociales entre hombres y mujeres, como dice Carmen Rodríguez y otros (2008), pero la prensa diaria española aún mantiene en sus discursos una imagen estereotipa-da y tradicional de los roles de género

2. METODOLOGÍA

Para nuestro análisis sobre el tratamiento y presencia de las mujeres como sujetos noticiosos en los informativos de Canal 9 (RTVV), como hemos comentado en la introducción, cuantificamos los resultados a partir de las categorías cualitativas resultantes de dos modelos de Análisis Crítico del Discurso (ACD): el modelo socio-semántico de Theo Van Leeuwen (2008) y el modelo del Proyecto de Monitoreo Global de Medios (2010).

El Análisis Crítico del Discurso (ACD) tiene como finalidad seguir el hilo de las argumentaciones que se divulgan en los discursos institucionales y en los medios de comunicación social, entre otros, para re-conocer las relaciones de poder, de desigualdad o de resistencia que se producen en los referidos discursos (Van Dijk, 1998; Fairclough, 1989; Wodak y Meyer, 1991). Es interdisciplinar y tiene carácter aplicado, es decir, que considera no sólo la comunicación en abstracto sino también los problemas sociales. Es una perspectiva interpretativa sobre la interacción comunicativa, considerada como producción ideológica, histórica y mediata que establece relaciones de poder, tanto de dominación como de resistencia. (Laborda Gil, 2000).

Un actor social es una persona, grupo o unidad organizativa capaz de una intervención social identificable, que ejecuta actividades, interactúa, formula estrategias y define objetivos. Las mujeres somos actoras sociales que no contamos con el mismo nivel de acción discursiva que los hombres, no se nos nombra explícitamente y en la mayoría de casos se usa el masculino genérico para representarnos, por ejemplo, el mismo concepto de actores sociales donde estamos incluidas dentro del masculino genérico.

Las categorías socio-semánticas de Van Leeuwen (2008) a que hacemos referencia son por ejemplo la inclusión, exclusión y segundo plano; la asignación de roles: la activación y la pasivización; generalización y especificación; asimilación e individualización; indeterminación y diferenciación; nominación y categorización; personalización y la sobredeterminación: inversión, simbolización, connotación y destilación.

Estos modelos contienen los enfoques adecuados para tratar los usos discriminatorios del lenguaje en los medios de comunicación: el socio-lingüístico y el activista-transformador. Los ítems que observamos bajo esta perspectiva pertenecen a la socio-semántica que une dos disciplinas: la social y la lingüística, según Halliday (1978), planteamiento que se encuentra en plena sintonía con el estudio que presentamos.

3. RESULTADOS

Los 10 informativos analizados durante 2013 (12 de mayo, 19 de junio, 28 de junio, 3 de julio, 4 de julio, 5 de julio, 6 de julio, 7 de julio, 8 de julio y 9 de julio) suponen un total de 132 noticias de las que sólo el 16% nos cuentan un acontecimiento donde la mujer es protagonista absoluta, cifra que duplica el 8% del estudio realizado en 1978 por Fagoaga y Secanella en la prensa escrita; en el 19% de las noticias analizadas se comparte el protagonismo entre mujer y hombre. En cambio, el 65% de las noticias tienen como protagonista noticioso exclusivo al hombre. Los hombres son los más entrevistados: analizan y juzgan la realidad como personas expertas. La mujer aparece mayoritariamente como inexperta y con poca o nula calificación profesional.

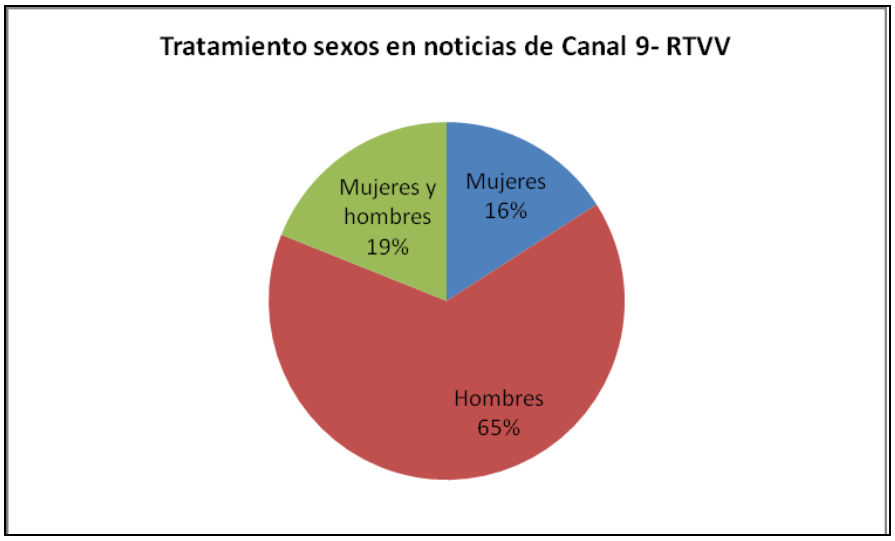

Figura 1. Tratamiento por sexos en informativos Canal 9 - RTVV

El hombre, pues, es el sujeto noticioso mayoritario en los informativos, según hemos podido observar, tanto desde un punto de vista cuantitativo como cualitativo. En los 10 informativos analizados, los del 6 y 7 de julio de 2013 no incluyen a la mujer como protagonista noticiosa en ninguna de las noticias titulares, que se presentan con protagonistas noticiosos masculinos exclusivamente.

Por otra parte, es bien sabido que la mujer y el deporte no tiene casi ningún protagonismo en los informativos, no solo tratándose de Canal 9, sino que es algo generalizado en todos los canales en España. El 7 de julio de 2013, por ejemplo, las bailarinas españolas de competición ganan una medalla de oro en Gran Bretaña y el informativo emitido no las nombra, situándolas en el anonimato y haciéndolas invisibles, a diferencia de los jugadores de futbol, por ejemplo, a quienes conocemos con nombre, apellidos y sobrenombre.

En lo referido a la temporalización, el tiempo usado en cada caso también es muy significativo: el 16% del tiempo es para la mujer; el 18% mujer + hombre y el 66% para el hombre.

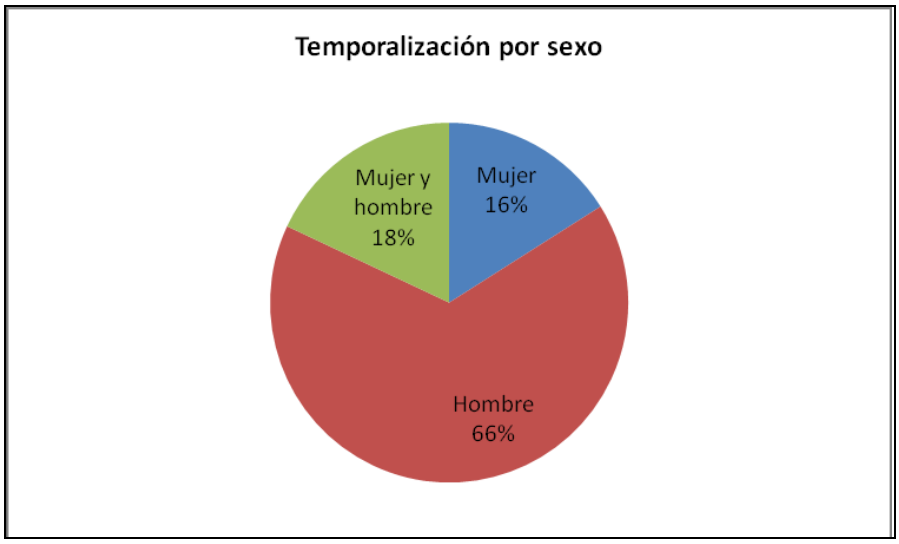

Figura 2. Temporalización por sexo en informativos Canal 9 - RTVV

El masculino genérico es el habitual a lo largo de toda la redacción de noticias pero incluso hay discordancias gramaticales como la del In-formativo del 19 de junio de 2013, donde la vicepresidenta del Tribunal Constitucional es considerada "catedrático", con un claro abuso del masculino genérico. O también, por poner otro ejemplo más, cuando los informativos dan los datos de paro no especifican qué porcentaje de personas paradas son hombres y qué porcentaje son mujeres, lo cual cambiaría considerablemente la noticia.

Desde un punto de vista cualitativo vemos que, de acuerdo con los ítems socio-semánticos estudiados, en el hombre predominan los perfiles racionales, profesionales, políticos, trascendentes y de poder, en cambio la mujer se presenta dentro de una perspectiva emocional, doméstica, festiva, irrelevante y de sumisión y/o victimizada sobre todo por violencia de género. La única imagen "femenina" que más tiempo reúne es la del informativo del 12 de mayo de 2013, con más de 9 minutos de duración dentro de un informativo de 46 minutos, y es la referida a la figura "supraterrenal" o celestial de Nuestra Señora de los Desamparados, referente religioso destacado en la Comunitat Valenciana.

Las mujeres mantienen más porcentaje en los perfiles genéricos, inexpertos, pasivos, emocionales y anónimos. También son actoras principales en temas domésticos, educativos, culturales, festivos, de enfermedad y víctima. Los hombres ganan terrenos como expertos, activos, racionales, científicos, políticos, económicos, de gobierno y apoderados. La incidencia de las mujeres en los deportes es mínima y totalmente irrelevante.

Hemos observado que la falta de perspectiva de género la podemos ver, por ejemplo, en aquellas noticias que presentan un caso de violencia de género como un asesinato más, como es el caso Bretón; o en aquellos casos de prostitución presentados como una cuestión estrictamente sanitaria y no como resultado de la exclusión social o del maltrato y trata de mujeres; o la maternidad vista como una cuestión biológica o sanitaria y no como un derecho a decidir por las mujeres. También hay noticias donde se interpreta el paro en las mujeres como un dato solo económico y no como resultado de la exclusión social. Esta manera de redactar denota la falta de una perspectiva de género en el relato noticioso, tan inusual como necesaria.

4. CONCLUSIONES

Como Gallego (2002), somos de la opinión de que el discurso mediático se construye de manera hegemónica a través del consenso de la ideología dominante de manera que las interpretaciones de la clase di-rigente se consideran el sentido común, y que es, bajo esta perspectiva, el sentido común sólo de los hombres.

La mujer, como sujeto noticioso infra-representado en los informativos analizados del desaparecido Canal 9-RTVV se encuentra, paradójica-mente, cada vez más representada en los consejos de dirección y de redacción informativa. De hecho, durante los informativos analizados del año 2013, la directora general y la subdirectora de Informativos de Canal 9 RTVV eran mujeres. Son cada vez más las mujeres que ocupan lugares de responsabilidad en los medios, en cambio su aparición como protagonistas noticiosas es mínima y a veces inexistente, como hemos observado. La repetición de comportamientos masculinizados y estereotipados en la gestión profesional por parte de mujeres directivas que no usan una perspectiva

de género femenina delata el predominio de la ideología patriarcal subyacente en la redacción de noticias.

Incluir la perspectiva de género transversal en los medios de comunicación para legitimar el rol de la mujer en la sociedad pasa a ser una propuesta imprescindible para una futura televisión autonómica de la Generalitat Valenciana, objetiva, democrática, inclusiva e independiente. La legitimación es una función social de la ideología y se vehicula por el texto o conversación (Van Dijk, 1998), el rol hace referencia a la función y el estereotipo es la idea o imagen comúnmente aceptada por la sociedad, lo que se espera. La asignación social de funciones a hombres y mujeres naturaliza los roles.

Y, finalmente, como ya apuntaba Cabrera (1998), el sexismo en la prensa es preocupante y alarmante. Las datos aportadas nos conducen a exigir un tratamiento inclusivo en la elaboración o, como diría Fishman (1983), en la fabricación de la noticia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cabrera, F. 1998. *Revistas científicas*: Universidad de Madrid.

Fagoaga, C. y Secanella, P. M. 1984. *Umbral de presencia de las mujeres en la prensa española*: UAB.

Fairclough, N.1989. *Language and power*. London: Longman.

Fishman, M. 1983. *La fabricación de la noticia*: Ediciones Tres Tiempos.

Gallagher, M. 1992. *Proyecto de Monitoreo Global de Medios:* Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana WACC.

Gallego Ayala, J. 2002. *La prensa por dentro*: Los libros de la frontera.

Halliday, M. 1978. *Language as a social semiotic*: *The social interpretation of language and meaning.* Blackwell Publishing. Baltimore. University Park Press.

Laborda Gil, X. 1984. *Teoría de la comunicación y análisis transaccional*: Revista española de lingüística.

Mateos de Cabo, R. 2011. *La presencia de estereotipos en los medios de comunicación: análisis de la prensa digital española.* Madrid: DG de la Mujer.

Romana, V. 1994. *La perversión del lenguaje:* Anthropos.

Tuchman, G. 1983. *La producción de la noticia*: Gustavo Gili.
Valcárcel, A. 2009 You Tube. *La agenda pendiente*.
Van Dijk, T. 1997. *Racismo y análisis crítico de los medios*: Paidós Comunicación.
Van Dijk, T. 1998. *Ideología*: Gedisa editorial.
Van Dijk, T. 1999. *El análisis crítico del discurso*: Barcelona, Anthropos.
Van Leeuwen, T. 2008. *Discourse and Practice: New tools for critical discourse analysis.* Oxford: Oxford University Press.
Wodak, R. y Meyer, M. 2001. Methods of critical discourse analysis: Sage.