



Educación para la IGUALDAD por la educación

Cuarta Conferencia mundial
sobre la mujer
Acción para la igualdad,
el desarrollo
y la paz

La mujer y los medios de comunicación: acceso a la expresión y a la toma de decisiones

La explosión de las comunicaciones que presenciamos durante los dos decenios pasados ha convertido a los medios de comunicación de masas en un instrumento poderoso, que puede utilizarse como palanca para lograr un cambio social radical o como torno de banco para mantener y consolidar el status quo.

Los medios de comunicación de masas pueden difundir información y conocimientos que ayudan a la mujer a mejorar su vida cotidiana. Pueden fomentar debates sobre el desarrollo, los derechos humanos, en particular los derechos de las mujeres, y la situación de la mujer en la sociedad. Pueden ofrecer una imagen más realista de los múltiples papeles que desempeña la mujer en la sociedad y de las contribuciones que realiza. Los medios de comunicación de masas también pueden ser

instrumentos poderosos que oscurecen y refuerzan las imágenes y los estereotipos negativos. Aunque actualmente en los medios de comunicación de masas trabajan más mujeres que nunca, la influencia de éstas sigue siendo limitada. En Africa, Asia y América Latina las mujeres representan menos del 25% de la gente que trabaja en la prensa, la radio y la televisión. En Europa esta cifra asciende al 30% para la prensa y al 36% para la radio y la televisión.

La mujer debe tener un acceso mayor a los medios de comunicación a todos los niveles para poder utilizar plenamente todas las oportunidades que éstos ofrecen.

Ello no significa únicamente aumentar las cifras. En Africa, Asia, Europa, América del Norte y América del Sur las mujeres representan casi la mitad, y en

algunos países más de este porcentaje, de las personas que reciben formación relativa a los medios de comunicación de masas, según los datos de la División de la Comunicación de la UNESCO. El nivel que se ha logrado debería producir finalmente un aumento del número de mujeres que trabajan en los medios de comunicación de masas. Sin embargo, al analizar los tipos de trabajo que se ofrecen a las mujeres y las oportunidades de ascenso, aparece otra imagen. La mujer tiene menos influencia en las decisiones relativas a la prioridad de las noticias, al contenido de los programas y a la manera en que éstos se presentan.

Una encuesta de la UNESCO en la que intervinieron 200 emisoras de radio, cadenas de televisión y sociedades de prensa de 30 países reveló que sólo 7 de ellas estaban dirigidas por mujeres. Otro estudio llevado a cabo por

la Organización en 10 países europeos puso de manifiesto que sólo el 1,4% de las noticias de la televisión se referían a los problemas de la mujer y tres cuartos de estos programas eran presentados por hombres.

La UNESCO ha trabajado constantemente a fin de mejorar esta situación mediante programas de formación para periodistas, productores y directores. Ha apoyado los proyectos relativos a los medios de comunicación de masas elaborados por mujeres estableciendo redes en línea regionales e internacionales para facilitar la cooperación y los intercambios de información entre los profesionales de la comunicación. Por ejemplo, durante los pasados 12 meses la UNESCO ha organizado talleres especiales sobre la mejora de la credibilidad y viabilidad del periodismo femenino para mujeres redactoras y periodistas de las regiones de