

DOLORS COMAS, CATEDRÁTICA DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD ROVIRA I VIRGILI (TARRAGONA)

“En 2005 la proporción de mujeres que aparecían en noticias españolas era de un 22%”

Dolors Comas forma parte del Consejo Audiovisual de Cataluña, un lugar privilegiado para analizar la imagen que los medios construyen de las mujeres y de la población inmigrante, así como la influencia que esta representación tiene en la construcción de la identidad y en la propia percepción social. Hablamos con ella sobre la evolución del panorama.

María Pérez / SINC

3/10/2008 14:22 CEST



Dolors Comas. Foto: SINC/ DC.

¿Cómo es la representación que los medios de comunicación hacen de las mujeres?

Hay una subrepresentación de las mujeres en los medios. Salen menos que

su presencia real en la sociedad, como médicas, como políticas, como economistas, etc. En la vida política es muy fácil verlo. Tenemos un Gobierno paritario y no salen en la misma proporción hombres que mujeres.

Quizás porque tienen menos responsabilidades de calado...

Esto también influye. Tenemos una vicepresidenta muy potente, que sale muchísimo, e incluso así las mujeres no se salen tanto. Esto lo podemos traducir a todos los ámbitos. En el Congreso de los Diputados hay un 36% de diputadas, pero no salen de la misma manera que los hombres porque no están en los lugares de poder.

Los medios reflejan un determinado estado de poder, reflejan más y mejor la situación de los hombres porque tienen un poder mayor en los medios y en la sociedad, pero nadie cede poder. Si no hay lucha de las mujeres, no hay avances.

Además, las mujeres salen más en las llamadas noticias blandas, como las noticias de sociedad, y también como celebridades. Si integramos la publicidad, aparecen más con contenido erótico, siempre más jóvenes que los hombres. Si se suma todo, aparecen como personas con menos autoridad que los hombres, que hacen cosas de menos prestigio, más frívolas.

Los medios tendrían que hacer un esfuerzo mayor por representar de manera más aproximada la realidad de las mujeres.

¿Pesa esta visión?

Claro que nos pesa. Tiene incidencia en la manera en que la sociedad percibe a las mujeres y generan referentes a partir de los cuales se construyen identidades. Influye en reproducir un determinado estado de cosas.

Si los medios transmiten una imagen de la mujer vinculada a un papel secundario o menos importante que el de los hombres, esto es interiorizado por la sociedad y por las propias mujeres, aunque no siempre es tan mecánico. Los avances sociales también se traducen en los medios, aunque

estos vayan por detrás. En los momentos en que los movimientos feministas han estado fuertes, los medios han mejorado la imagen de las mujeres. Muchas se sienten insatisfechas por el uso del cuerpo de la mujer como reclamo para vender determinados productos. Al mismo tiempo que los medios son un referente, también las mujeres nos rebelamos contra determinadas imágenes.

Y los medios a veces han ayudado a cambiar la imagen de la mujer. En España, se han alcanzado avances importantes en la esfera política y en el tema de la violencia contra las mujeres.

¿Cómo lo han hecho?

Han tenido un papel muy importante en la sensibilización sobre violencia contra las mujeres. Ahora creo hay que hacer una nueva reflexión, para que hablar tanto sobre violencia contra las mujeres no se acabe traduciendo en una imagen victimizadora que frenaría avances. Hay que seguir hablando de este tema y al mismo tiempo hacer una reflexión sobre cómo informar.

¿Han cambiado en los últimos tiempos?

Si hablamos de tiempos cortos, estamos más o menos igual. Me gustaría ver más mujeres en los debates de televisión o de radio sobre economía, política o medio ambiente, por ejemplo, porque hay muchas profesionales que tienen cosas que decir y se mejoraría el debate. Las mujeres pueden hablar del mundo y no sólo de temas de mujeres.

Un informe internacional que se publica cada cinco años sobre la aparición de mujeres en las informaciones de distintos países indicaba que en 2005, la proporción de mujeres que aparecían en España era de un 22%, por cada 100 personas, 22 eran mujeres. Estaríamos en una posición intermedia, en Suecia la presencia es de un 30%, en Estados Unidos, de un 27%, en Turquía, de un 19% o en Ecuador, de un 16 %.

¿Cuál es la razón de esta subrepresentación?

Tal vez pesan mucho las inercias y los estereotipos. Hay varias razones. En las plantillas de las radios y televisiones y, sobre todo, en los lugares de

decisión, hay más hombres que mujeres, los únicos lugares en que hay más mujeres en televisión son los grupos de azafatas y auxiliares de concursos. Como en los medios de comunicación predominan los hombres, hay una tendencia a buscar hombres. Todo el mundo busca a través de los círculos de personas que conoce.

Por otro lado, las mujeres están teniendo más presencia en el ámbito político, económico, cultural, o asociativo, pero no en los cargos de mayor responsabilidad.

¿Espera que esta situación cambie? Las mujeres son mayoría en las facultades de Ciencias de la Información...

Sí pero de esto hace ya años. Y no se traduce en las plantillas de los medios, ni en los contratos ni, sobre todo, en los lugares de decisión. Hay que presionar más.

En cuanto a las personas inmigrantes, ¿los medios están cambiando la imagen que ofrecen?

Pues no mucho. El debate está en un estadio embrionario. No tengo claro que la sociedad española haya asumido que la inmigración no es un hecho coyuntural, sino estructural. Que no es gente que viene a trabajar y que se marchará, sino que viene a trabajar aquí, que reside aquí y que se quedará. Sus descendientes estarán aquí.

Los medios de comunicación no pueden ser ajenos a esto, y en este momento lo son. En las series de ficción, las personas inmigrantes prácticamente no salen y en los informativos, están muy subrepresentadas y cuando salen lo hacen, o bien en una situación problematizada (causan problemas en las escuelas porque son muchos o cuando se quiere instalar un oratorio, la propia llegada de las pateras...), o bien como víctimas, como personas a las que se explota.

¿También influye en cómo se ve a sí mismo este colectivo?

Efectivamente. Si los inmigrantes no se ven reflejados en los medios como personas que en la sociedad española tienen diferentes papeles y

desempeñan diferentes trabajos, si sólo se ven problematizados y muy poco visibles, les estamos diciendo que no están ahí. ¿Tú ves presencia de personas inmigrantes en los públicos de los programas de televisión? No. Hay que ir pensando en que haya presentadores de televisión o de radio que puedan hacer visible la presencia de estas personas que ya son nuestras porque forman parte de nuestra sociedad.

Si los medios no reflejan la pluralidad, difícilmente podemos avanzar en integración. No digo que no haya situaciones de conflicto o de víctimas. Las hay, y los medios de comunicación también han de traducirlas.

¿Cree que los periodistas son conscientes de estos problemas?

En temas de género, hay muchas personas que están tratando de impulsar una mayor igualdad y una mejora en las visiones que se están produciendo. Hay que avanzar en que no sólo sean las mujeres las que aprieten sino que sea asumido por todo el mundo. Un mejor tratamiento informativo beneficia a todos.

En el caso de la inmigración también están surgiendo iniciativas. En Cataluña hemos creado la mesa por la diversidad en el audiovisual, que reúne a los profesionales y a personas interesadas en estos temas para mejorar la situación.

XI Congreso de antropología: las mujeres y el poder

Durante el XI Congreso de Antropología *Retos teóricos y nuevas prácticas*, celebrado entre el 10 y el 13 de septiembre en la Universidad de País Vasco (UPV/EHU), la antropóloga Dolors Comas expuso sus visiones sobre la problemática de la mujer y el poder junto con Teresa del Valle, catedrática emérita de la UPV, y Marcela Lagarde, doctora de la Universidad Autónoma de México.

Del Valle analizó las razones de fondo por las que se reproducen las desigualdades entre mujeres y hombres en el ejercicio del poder y en ámbitos políticos, empresariales y académicos, mientras que Marcela Lagarde presentó la complejidad y extensión de la violencia machista

en México.

Más de 200 expertos presentaron estudios y debatieron sobre temas de actualidad como el papel del deseo en el origen del orden cultural, la antropología del deporte y de orientación pública, o la utilidad de la etnografía para analizar el trastorno bipolar.

Datos de interés:

WACC, *Proyecto de Monitoreo Global de los Medios 2005*.

(http://www.whomakesthenews.org/who_makes_the_news/report_2005)

Web del XI Congreso de Antropología *Retos teóricos y nuevas*

prácticas. http://www.ankulegi.org/kongreso2008/agenda/c_agenda.php

Copyright: **Creative Commons**

TAGS

DOLORS COMAS | MEDIOS | MEDIOS DE COMUNICACIÓN | INMIGRANTES |
CONGRESO | MUJER | ANTROPOLOGÍA |

Creative Commons 4.0

You can copy, distribute and transform the contents of SINC. [Read the conditions of our license](#)