

Las mujeres y los Medios de Comunicación y Difusión

Women and Mass Communication

Angie León Rodríguez

Estudiante de Psicología Social, UNAD Flrida, Estados Unidos, RCID:0000-0002-5165-0439

Jady Stella Arriaga Arango

Docente, UNAD Florida, Estados Unidos, ORCID: 0000-0002-2839-7295



PUBLICACIÓN ESPECIAL

La presencia de los medios de comunicación y difusión es fundamental en la educación moderna, ya que ejercen una gran influencia en los procesos de adquisición del conocimiento, tanto individual como colectivo. En este contexto, el proyecto “De Mujer a Mujer” tiene como objetivo proporcionar información de calidad y generar espacios de interacción para mujeres de habla hispana, lo que permite el desarrollo de habilidades para

resolver problemas y adquirir nuevos conocimientos. Por lo tanto, el comité editorial de la revista EducAcción Sentipensante considera importante incluir este manuscrito en su número actual, que busca promover prácticas educativas más equitativas, justas e inclusivas. Los espacios ofrecidos por “De Mujer a Mujer” a través de los medios digitales son una herramienta valiosa para la educación y el empoderamiento individual y colectivo de las mujeres, y contribuyen a construir una sociedad más justa y equitativa.

RESUMEN

Dentro de los medios de comunicación y difusión podemos ver cómo el papel de las mujeres está lleno de estereotipos y estigmas; esto debido a las brechas de género que hoy por hoy siguen latentes en nuestras sociedades. A través de este artículo, se hace un análisis crítico frente a cuáles son los roles que desempeñan las mujeres dentro de los medios de comunicación; cuáles son los factores que impiden el avance de las mujeres en los medios y cómo las nuevas tecnologías permiten la visibilización de las problemáticas a las que se enfrentan las mujeres y niñas; así como la importancia de la creación de herramientas y espacios digitales, con el fin de trabajar en el empoderamiento y la emancipación de las mujeres. Teniendo en cuenta esto, se da como ejemplo el caso de la plataforma virtual de *De Mujer a Mujer*, que desde el año 2020 ha creado diferentes herramientas para las mujeres de habla hispana alrededor del mundo.

ABSTRACT

Within the media and broadcasting, we can see how the role of women is full of stereotypes and stigmas, due to the gender gaps that are still latent in our societies today. Through the article, a critical analysis is made of what are the roles that women play in the mass media, what are the factors that impede the advancement of women in the media, and how new technologies allow the visibility of the problems faced by women and girls in the new technologies; As well as the importance of creating digital tools and spaces, in order to work on the empowerment and emancipation of women. Taking this into account, the case of the virtual platform “*De Mujer a Mujer*” is given as an example, which since 2020 has created different tools for Spanish-speaking women around the world.

PALABRAS CLAVE:

mujer, medios de información, feminismo, empoderamiento.

KEYWORDS:

woman, information media, feminism, empowerment.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero agradecer a la profesora Jady Arriaga, de UNAD Florida, por su apoyo y por las correcciones durante la escritura del artículo. Ella fue quien me motivó y no me dejó desistir durante el proceso. También quiero agradecer a mi madre, Angie Rodríguez, quien, como siempre, me acompaña y me motiva. Por último, quiero dar un agradecimiento especial a todas aquellas mujeres activistas que, a través de los medios digitales, brindan espacios sororos y de concientización para otras mujeres, porque la lucha es de todas.

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación y difusión juegan un papel importante en el desarrollo de nuestras vidas, ya que, en muchas ocasiones, nuestro comportamiento, socialización y expectativas, están ligadas a lo que consumimos y absorbemos de nuestros entornos. Los medios digitales como las redes sociales, los medios tradicionales como la radio y la televisión o los medios impresos como los periódicos y revistas, forman parte de la cotidianidad y en ellos se reflejan los patrones culturales de nuestra sociedad. En *Mujeres y medios de comunicación: reflexiones feministas en torno a diferentes paradigmas de investigación*, de Laudano (2010), se hace énfasis en que los medios de comunicación difunden información que refuerza las expectativas y los comportamientos asignados a mujeres y hombres de acuerdo con los estereotipos atribuidos a cada género, a las ideologías y prácticas culturales que se encuentran vigentes en el momento.

Teniendo en cuenta lo anterior, podemos decir que los roles dentro de la sociedad están íntimamente ligados a lo que consumimos en los medios de comunicación y difusión. El Instituto Nacional de las Mujeres (2005),

menciona que tanto en la prensa, la radio o el cine, se remarca un prototipo de mujer que no va más allá de los cuidados del hogar y la familia. Se puede observar que en las noticias hay una mayor presencia masculina y, por el contrario, las series televisivas siguen perpetuando el modelo de la mujer tradicional. Así pues, los medios de comunicación reproducen modelos de comportamiento, estereotipos e ideologías que pueden llegar a ser sumamente dañinas, estigmatizantes e invisibilizan ciertos grupos de personas.

Como podemos ver, un claro ejemplo de dicha estigmatización e invisibilización, es el papel que desempeñan las mujeres dentro de los medios de comunicación, como consumidoras tanto como productoras y transmisoras de contenido. Si miramos en retrospectiva, podemos ver el avance que las mujeres han tenido en diferentes ámbitos de los entornos sociales, tanto en lo público como en lo privado. Pero ¿qué tan cerca están realmente las mujeres de alcanzar la emancipación y el empoderamiento individual y colectivo, para una mejor representación de lo que son como sujetas activas del desarrollo social, económico y cultural de nuestras comunidades? ¿Cuál es el papel activo que desempeñan las mujeres en los medios de comunicación y a qué se debe la infrarepresentación femenina en los diferentes medios de difusión de la información? ¿Cómo pueden las mujeres tener una representación más significativa dentro de los medios de comunicación y difusión?

MARCO TEÓRICO

Según la Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres, CONAVIM (2017), el sexismo conlleva a las desigualdades entre hombres y mujeres y no solo hablando en términos de representación e imagen, sino también en la manera en que los medios de comunicación y difu-

sión transmiten los contenidos y en el discurso mediático. Con esto entendemos que los estereotipos sexistas de nuestras sociedades androcéntricas, refuerzan patrones de comportamiento de lo que ideológicamente deberían ser una mujer o un hombre y perpetúan la discriminación que históricamente han vivido las mujeres. Además, de la falta de una representación digna sobre lo que son y pueden hacer como mujeres, su papel siempre queda difuminado tras lo insustancial y la superficialidad de esos estereotipos reproducidos sistemática e incesantemente por los medios de comunicación, tal y como lo expresa la socióloga Michèle Mattelart en sus investigaciones referentes a los medios de comunicación (Citado por Laudano, 2010).

Es decir, mujeres que representen un papel de autoridad, liderazgo, toma de decisiones e inteligencia; que rompan con los estereotipos físicos e intelectuales que se les ha asignado a lo largo de la historia. Más allá de las labores del hogar, su papel reproductivo, el carácter de sumisión y complacencia y de cuerpos sexualizados, las mujeres desempeñan un papel esencial dentro de la sociedad. De acuerdo con el reporte Panorámica de los participantes en la Presentación del estudio: Presencia de la Mujer en los Medios Escritos de Comunicación de Guatemala (2003), a las mujeres se les puede ver en un papel más activo frente a los procesos productivos y funciones del Estado, además de luchar por sus derechos en el ámbito social, económico y político.

Así pues, se sugiere que los medios de comunicación publiquen y hablen sobre los roles importantes que las mujeres desempeñan tanto en lo económico, social y político, así como trabajar por igualdad de género desde sus políticas internas para contribuir a la eliminación de la discriminación y la violencia contra las mujeres (Centro de Reportes Informativos sobre Guatemala, 2003).

Justo como se muestra en “La mujer y los medios de comunicación” de *ONU Mujeres* (2018), en medios como el cine, la televisión, los medios digitales o los medios impresos, se siguen reproduciendo estereotipos que promueven las desigualdades de género. Así pues, en los medios de comunicación y difusión, podemos observar que las mujeres sobre las que se puede leer o escuchar en las noticias, representan solo una de cada cuatro personas y, únicamente el 27 % de las mujeres ocupan puestos directivos dentro de organizaciones de comunicación. Además de la infrarepresentación de las mujeres en los medios de comunicación y difusión, también se indica que el 46 % de las noticias a nivel mundial, refuerzan estereotipos de género y únicamente el 4 % de las noticias en la prensa, la televisión o la radio hablan sobre temáticas que cuestionan los estereotipos de género. A raíz de esto, se siguen propagando y normalizando la violencia que sufren las mujeres por condición de su sexo, a través del aspecto físico, la hipersexualización o los contenidos triviales que la mayoría de las mujeres representan (ONU Mujeres, 2018).

Por otra parte, en los *Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)* de las Naciones Unidas (2016), podemos observar cómo los problemas sociales, económicos y ambientales afectan en diferente grado a las mujeres y niñas, siendo estas las más afectadas dentro de cada una de las problemáticas que los 17 ODS buscan solucionar. En el quinto ODS: “Igualdad de género”, se hace especial énfasis en la importancia de buscar la eliminación de todas las formas de violencia y discriminación contra las mujeres y las niñas, este objetivo en específico es “un elemento esencial de todas las dimensiones del desarrollo inclusivo y sostenible” (ONU Mujeres, s.f. b). Así pues, el quinto objetivo de desarrollo sostenible, que busca la igualdad entre los géneros y el empoderamiento de todas las mujeres y las niñas, tiene dentro de

sus metas que se garantice y se proteja, en condiciones de igualdad, la participación de las mujeres en campos de liderazgo y en la adopción de decisiones en el ámbito político, económico y público (ONU Mujeres, s.f. d); espacios que, debido al carácter privado y rol reproductivo que se le ha dado al papel de las mujeres en la sociedad, se les han negado y se les siguen negando.

Tengamos en cuenta que a las mujeres y a los hombres se les ha asignado ciertos roles de género que enfatizan en su carácter público-privado y productivo-reproductivo. De acuerdo con las estadísticas mostradas en *El impacto de los estereotipos y los roles de género en México* (2007), los hombres tienen un rol público-productivo que se caracteriza por la autoridad, la dominación y la responsabilidad; por su parte, las mujeres están dentro del rol privado-reproductivo, que enfatiza en sus labores domésticas, en el carácter de servicios y cuidados, trabajos no remunerados y un rol de subordinación y de mediación. Teniendo en cuenta esto, las mujeres no solo son relegadas a labores feminizadas, sino que estos factores también llevan a las mujeres a trabajar más, ganar menos, a dificultades para acceder a puestos de poder y autoridad y, claramente, a problemas en su desarrollo profesional y laboral (Instituto Nacional de las Mujeres, 2007).

De acuerdo con el resumen ejecutivo *Las mujeres y el derecho de acceso a la información en Guatemala* del Centro Carter (2015), el empoderamiento de las mujeres y niñas, a través de la educación y el acceso a la información, y que dicha información sea de calidad y con enfoque de género con el compromiso de las organizaciones pertinentes, son clave para que las mujeres hagan uso pleno de sus derechos y participen activamente en la vida pública, para que así mismo hagan uso de los espacios que han sido ocupados por hombres a lo largo de la historia.

En nuestros días, y gracias al activismo de colectivos y organizaciones en pro de los derechos de las mujeres, podemos decir que hay una mayor representación femenina en el ámbito público. De acuerdo con el artículo “Movimientos de mujeres” de *ONU Mujeres* (s.f. c.), las personas que defienden los intereses de las mujeres conocen mejor los problemas y dificultades a los que ellas se enfrentan, y trabajan por la implementación de estrategias que impulsen a las mujeres a participar más activamente en política y cargos de liderazgo. Sin embargo, y como ya hemos venido mencionando, aún se tiene una idea muy estereotipada de la mujer y hay mucho que trabajar para eliminar estos estereotipos sexistas y para aumentar la representación de las mujeres en los medios de comunicación con contenidos de calidad y que inspiren a otras mujeres y niñas a participar activamente en dichos espacios desde una postura crítica y reflexiva.

Precisamente, en el año 1995, en la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer en Beijing, se creó una agenda con el objetivo de que los gobiernos e instituciones de cada país trabajaran por el empoderamiento de las mujeres. Dicha agenda lleva el nombre de *Declaración y Plataforma de Acción de Beijing* y busca que las mujeres y niñas puedan hacer uso pleno y equitativo de los derechos humanos a través de la protección y promoción de estos por parte de los gobiernos, además de incentivarlos a que haya una inclusión más amplia de lo que es ser mujer, desde su diversidad étnica, cultural, social y económica (ONU Mujeres, s.f. a). Una de las 12 esferas de especial preocupación de la *Declaración y Plataforma de Acción de Beijing*, se enfoca en la problemática en torno a los medios de difusión. Allí se indica la importancia de eliminar la proyección negativa y degradante que los medios difunden sobre las mujeres (Naciones Unidas, 1995) y, a casi 30 años de la agenda, podemos decir que la

representación de las mujeres en los medios de comunicación y difusión ha aumentado paulatinamente, ya que se observa que las mujeres están ocupando puestos de mayor relevancia y hacen escuchar sus voces frente a las injusticias, la violencia y la estigmatización de las que son sujetas en los medios. Sin embargo, se estima que pasarán aproximadamente 67 años para lograr cerrar la brecha de género en los medios de comunicación tradicionales, teniendo en cuenta que el aumento en la participación de las mujeres en medios como la televisión, la radio o periódicos solo ha aumentado un 8 % entre los años de 1995 a 2020. Además, solo el 25 % de las mujeres tienen visibilidad dentro de los mismos medios, con un aumento más acelerado en las noticias a nivel nacional que internacional (El Proyecto de Monitoreo Global de Medios, 2020).

Las mujeres, junto a los gobiernos, instituciones y activistas que buscan un cambio social, han demostrado que sí es posible avanzar en materia de igualdad y derechos de las mujeres; pese a esto, hace falta más concientización, información de calidad, más educación y, sobre todo, trabajar en el área relacionada con los estudios de las mujeres para así alcanzar la equidad de género de acuerdo con las metas propuestas tanto en la *Declaración y Plataforma de Acción de Beijing* como en los *Objetivos de Desarrollo Sostenible* (ODS). Esto es parte de la labor de los gobiernos e instituciones para poder decir que las mujeres viven en condición de respeto y equidad tanto en ámbitos públicos como privados. Como dice Lozano (2020), el hecho de que las mujeres tengan una participación más activa dentro de los medios no garantiza que haya un enfoque de género; la mujer sigue siendo representada bajo roles de subordinación y de accesorio. No basta que las mujeres sean incluidas en los medios de comunicación si se siguen reproduciendo patrones de comportamiento y estereotipos.

ANÁLISIS CRÍTICO

Dejando un poco de lado la perspectiva de un feminismo institucionalizado que, aunque cuenta con sus pros en relación con la búsqueda de la equidad entre mujeres y hombres desde los gobiernos e instituciones pertinentes, también tiene sus contras, y es que deja de lado el feminismo que va a la raíz del problema, que es aquel que se enfoca en la emancipación y liberación de las mujeres de un sistema patriarcal y androcéntrico. Porque si, los datos y las cifras, que se han ido referenciando a largo del artículo y, la búsqueda de soluciones frente a las desigualdades que viven y siguen viviendo las mujeres por la condición de su sexo son importantes, pero estas desigualdades tienen una raíz que debe ser desvelada con el fin de entender por qué la mujer vive en condiciones de desigualdad y violencia.

Cuando hablamos del patriarcado podemos entender que es el sistema social, económico y especialmente el sistema pedagógico que rige nuestras sociedades a partir del poder y la autoridad masculina, sobre todo aquello que conforma el patrimonio, donde no solo se habla de los bienes materiales, sino del poder que tienen los hombres sobre la familia al denominarse jefes de hogar; esto incluye el dominio sobre la esposa y las hijas e hijos (Fontela, 2008). Hay que entender que el patriarcado es la raíz de la violencia y las desigualdades y que estas variarán de acuerdo con la época y el contexto social, pero al final siempre afecta directamente a las mujeres; tal como lo menciona Arriazu, A. D. (2000), “El sistema de dominación y subordinación más opresor es el del género, también llamado patriarcado”; según la socióloga, el patriarcado fue y sigue siendo la primera estructura de dominación y subordinación en la historia y ha sido el más duradero y poderoso, aunque no se perciba como tal, y dicha relación de poder

es la que origina las desigualdades entre quienes dominan (hombres) y quienes están bajo subordinación (mujeres) y esto se ve reflejado en las brechas de género que las mujeres enfrentan tanto en lo público como en lo privado. Adriana Guzmán y Julieta Paredes (2015), explican que el patriarcado es el sistema de sistemas y este se ha erigido sobre los cuerpos de las mujeres, por consiguiente, todo proviene del patriarcado: el capitalismo, el colonialismo, el machismo, el racismo; es el sistema desde donde nacen todas las desigualdades, opresiones, discriminaciones y violencias.

Cuando se entiende lo que es el sistema patriarcal, podemos comprender por qué las mujeres han sido objeto de consumo y arma de guerra; por qué la medicina, la educación o en este caso los medios de comunicación y difusión son androcentristas; por qué las mujeres quedan relegadas a lo otro y su opinión es minimizada e infantilizada. Es contra el sistema patriarcal que las mujeres se enfrentan en su cotidianidad y contra el que se crean mecanismos de defensa para poder acabarlo. Porque si no se acaba con el patriarcado, que es la raíz del problema, la equidad y la eliminación de todos los tipos de violencia, como se ha venido hablando a lo largo del artículo, no se acabarán; dando como resultado que la participación de las mujeres y niñas en el ámbito público y, en el caso específico de los medios de comunicación, siga estando infrarepresentada y estereotipada. Tal como se ve reflejado en *El proyecto de monitoreo global de medios* (2020), donde la representación masculina, en los medios de comunicación tradicionales, es del 75 % en el 2020, en contra posición de la representación femenina, que es de solo el 25 %. De aquí la importancia de la emancipación de las mujeres y de su lucha contra el sistema patriarcal; estas luchas y activismos se pueden dar desde diferentes áreas y una de ellas son los medios de co-

municación y difusión, donde hoy en día se incluyen no solo la televisión o la radio, sino que gracias a los medios digitales hay un campo más amplio de acción. De la siguiente manera lo expresa Rubio (2003): “Aún el cuerpo de la mujer continúa siendo solo una imagen impuesta, un reflejo del deseo masculino. Su existencia, su sustancia, su entidad depende aún de la mirada del otro y la lucha contra el patriarcado continúa y se reproduce en la red.”

De este modo, es importante hablar de cómo los medios digitales son una herramienta que, en la actualidad, se ha convertido en un elemento clave del activismo feminista y cómo, por medio de este, se logra abrir espacios a las mujeres y aumentar su participación en la esfera pública, para así hacerle frente a los estereotipos, los estigmas y, por lo tanto, a la violencia contra las mujeres y niñas. Los medios digitales permiten la difusión de contenidos para concientizar y la creación de herramientas que ayudan en el empoderamiento y la emancipación de las mujeres tanto individual como colectivamente. Es claro que los medios digitales, así como permiten espacios de participación para las mujeres, también son un mundo donde la desinformación, los estereotipos, la estigmatización y la violencia simbólica contra las mujeres son más latentes; de acuerdo con Laura Martínez Jiménez y Belén Zurbano Berenguer (2019), la tendencia de acoso y violencia contra las mujeres en los medios digitales se caracteriza por una serie de tácticas que utilizan los denominados “machitolls” para intimidar, violentar y amenazar a las mujeres, a lo que se le ha dado el nombre de “gendertrolling” y dichas violencias simbólicas pueden escalar de leve a grave. Por otra parte, el acceso a los medios digitales está limitado por las condiciones sociales, económicas y geográficas a las que se enfrentan muchas mujeres (García Terán, 2021). Sin embargo, son los espacios que las nuevas generaciones están utilizan-

do para visibilizar dichas problemáticas. Así pues, el ciberfeminismo tiene un rol clave al momento de la eliminación y la prevención de la violencia no solo en los entornos digitales, sino también en la concientización de las personas que emplean estos medios y que posteriormente llevan esta información a sus entornos sociales. Tal y como lo menciona García (2021) en su texto *El ciberfeminismo y la transformación social en América Latina y el Caribe*, donde realiza un análisis a la investigación ejecutada por el Instituto Hegoa y la Universidad del País Vasco-Euskal Herriko Unibertsitatea, sobre el ciberfeminismo en América Latina y el Caribe; el ciberfeminismo es una manera de educación emancipadora para las mujeres; de este modo, las mujeres que hacen uso del ciberfeminismo, amplían su panorama frente al ejercicio del poder, la toma de decisiones y el control sobre sus vidas, además de aumentar su poderío y empoderamiento. Adicionalmente, la autora menciona que aquellas mujeres que hacen uso del ciberfeminismo también influyen en la transformación social, indicando que un 66% de estas mujeres comparten sus aprendizajes dentro de sus entornos.

En definitiva, lo que está sucediendo con los medios digitales ha permitido a diferentes movimientos en pro de los derechos de las mujeres, difundir información crítica y de interés para trabajar en la emancipación de las mujeres y en la erradicación de las diferentes brechas de género a las que se enfrentan las mujeres y niñas tanto en lo público como en lo privado. De esta forma, nos podemos referir al caso de la plataforma virtual que ha formado *De Mujer a Mujer*, una propuesta que inicia con el fin de aportar al empoderamiento individual y colectivo de las mujeres de habla hispana alrededor del mundo, a través de la información y la educación y haciendo empleo de los medios digitales. El proyecto comenzó como un programa de radio, dirigido por

una sola mujer, para la emisora comunitaria *Free FM Hamilton* de Nueva Zelanda, pero poco a poco otras mujeres se vieron reflejadas en el proyecto y comenzaron a aportar de diferentes formas de acuerdo con sus enfoques personales, e incluso fueron surgiendo otros proyectos que iban ampliando el campo de acción de *De Mujer a Mujer*. Así pues, un equipo fijo de tres mujeres y diferentes colaboradoras, de donde se destacan comunicadoras sociales, sociólogas y antropólogas, diseñadoras, *coaches* de vida, organizaciones sociales e integrantes de grupos artísticos; han contribuido al crecimiento del programa de radio y de la comunidad digital a lo largo de los más de tres años de actividad (De Mujer a Mujer, 2021).

En muchas ocasiones podemos llegar a pensar que estar detrás de una pantalla o un micrófono representa un aporte exiguo para el beneficio de la sociedad y de las mujeres; sin embargo, y conforme con los datos compartidos a lo largo del artículo, más la experiencia que han vivido las integrantes de *De Mujer a Mujer*, se puede decir que a través de los medios de comunicación y difusión, han logrado llegar a lugares que, de forma física, no habrían logrado llegar, ocupando espacios que han sido dominados por los hombres históricamente. Además, cada una de las integrantes y participantes de todos los espacios de *De Mujer a Mujer*, han sido clave para permitir la participación de las mujeres desde diferentes partes de Latinoamérica y el Caribe. Así pues, han logrado crear espacios seguros donde las mujeres pueden contar sus historias, expresar sus opiniones y ser escuchadas por otras mujeres; han dado paso a ambientes sororas, o de hermandad entre mujeres, y de pensamiento crítico, desarrollados a través de los clubes de lectura y de cine, que conecta a las mujeres latinoamericanas y caribeñas en un solo espacio digital. Pero sobre todo, se han creado redes de acompañamiento y de apoyo donde to-

das aprenden de todas, se fortalecen unas a las otras y así, poder salir a sus comunidades y entornos sintiéndose acompañadas, liberadas, emancipadas y empoderadas, transmitiendo a otras personas fuera de los medios digitales la información que han ido absorbiendo y pasando de los espacios privados a los que siempre han sido relegadas (Acuña I., 2010), a los espacios públicos para hacer frente al sistema patriarcal latente en nuestras sociedades y todo lo que dicho sistema conlleva.

CONCLUSIONES

Para concluir, debemos remitirnos a las preguntas planteadas al inicio del artículo. En principio, nos encontrábamos con la inquietud de ¿qué tan cerca están realmente las mujeres de alcanzar la emancipación y el empoderamiento individual y colectivo, para una mejor representación de lo que son como sujetas activas del desarrollo social, económico y cultural de nuestras comunidades? Pues bien, como hemos venido observando a lo largo del texto, podemos decir que las mujeres han logrado empoderarse y emanciparse a lo largo de las últimas décadas y han accedido a espacios que anteriormente se les habían negado o donde la representación masculina era la dominante. Pero, de acuerdo con los informes y estudios realizados por organizaciones como ONU Mujeres y las Naciones Unidas, aún podemos ver la brecha de género a la que se enfrentan las mujeres en todas las áreas públicas y privadas, donde ellas son un factor determinante tanto para el desarrollo social, económico y cultural de sus países. Por otra parte, referente a ¿Cuál es el papel activo que desempeñan las mujeres en los medios de comunicación y a qué se debe la infrarepresentación femenina en los diferentes medios de difusión de la información?, hemos podido ver que, aunque las mujeres actualmente participan más activa-

mente en los espacios públicos, estos están llenos de estigmas y estereotipos que se traducen en violencia contra las mujeres; esto debido al androcentrismo imperante dentro de los medios de comunicación y difusión. Por lo tanto, nos encontramos con una infrarepresentación de las mujeres y la representación que podemos ver de ellas es superficial, insustancial y sexualizada. Sin embargo, muchas mujeres están participando activamente en los medios digitales, expresando todo aquello que en los medios tradicionales como la radio o la televisión es políticamente incorrecto y no es posible decir por el estigma, el machismo y la discriminación de las que son sujetas. Ahora bien, ¿cómo pueden las mujeres tener una representación más significativa dentro de los medios de comunicación y difusión? Como pudimos ver, es de suma importancia que los creadores de contenido dentro de los medios de comunicación y difusión trabajen para eliminar las barreras y estigmatización de las que son foco las mujeres y mientras esto sucede, las mujeres deben seguir uniendo fuerzas y seguir abriéndose espacio en los medios, hasta que cada voz sea escuchada, hasta que se deje de normalizar la violencia y hasta que se logren eliminar las brechas de género.

Por último, vale la pena resaltar una frase que fue muy popular entre las mujeres durante las décadas de los 70 y 80's: "lo personal es político", donde lo "personal" también hace referencia a lo "privado" y lo "político" a lo "público"; es decir, las mujeres buscaban que se les reconociera más allá del ámbito privado y lograr direccionar los problemas considerados de la vida privada a la esfera pública (Acuña I., 2010). Esto indica cómo las estructuras sociales y, por consiguiente, los estereotipos asignados a las mujeres por condición de su sexo afectan tanto a los entornos públicos como privados e influyen en nuestras experiencias personales. Por lo tanto, el uso de los medios de comunicación

y difusión impactan en la manera como vivimos y hacemos uso de cada uno de nuestros entornos, como nuestros hogares, el trabajo, los colegios o universidades e incluso el transporte público y las calles. Por esta razón es importante promover y fomentar espacios para mujeres libres de violencia, estigmas y estereotipos; porque puede que las mujeres aún no alcancemos los índices esperados en cuanto a la representación dentro de los medios de comunicación y difusión. Claramente hay un trabajo arduo por delante para poder decir que las mujeres se encuentran en paridad con relación a

la representación masculina y con una representación digna dentro de los medios de comunicación y difusión; pero está claro que gracias a los medios digitales estamos un paso más adelante de la emancipación y libertad de las mujeres, porque estos espacios nos permiten crear comunidad, crear lazos y sobre todo instalan en cada mujer la semilla del pensamiento crítico. Estos entornos dan a las mujeres herramientas para enfrentarse a la cotidianidad y para seguir difundiendo la información y el conocimiento dentro de sus propios espacios.

REFERENCIAS

- Acuña, I. (2010). "Lo personal es político: de lo privado a lo público y viceversa". *Revista Intersticios*, 15(32), 91-109. <https://revistas.uic.edu.mx/ojs/index.php/intersticios/article/view/540Cagigas>
- Arriazu, A. D. (2000). El patriarcado, como origen de la violencia doméstica. *Mon-te Buciero*. 307-318. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=206323>
- Centro Carter. (2015). *Las mujeres y el derecho de acceso a la información en Guatemala* (Informe ejecutivo). <https://www.cartercenter.org/resources/pdfs/peace/ati/guatemala-exec-summ-women-ati-spanish.pdf>
- Centro de Reportes Informativos sobre Guatemala. (2003, 14 de agosto). *Panorámica de los participantes en la Presentación del estudio Presencia de la Mujer en los Medios Escritos de Comunicación de Guatemala* [Informe en formato PDF]. <https://www.corteidh.or.cr/tablas/29271.pdf>
- CONAVIM. (24 de noviembre de 2017). *Entrevista: Sexismo en los medios de comunicación: qué es y cómo afecta a las mujeres*. <https://www.gob.mx/conavim/es/articulos/entrevista-sexismo-en-los-medios-de-comunicacion-que-es-y-como-afecta-a-las-mujeres?idiom=es>
- De Mujer a Mujer. (2021). *El Equipo*. <https://www.demujeramujer.nz/el-equipo>
- El Proyecto de Monitoreo Global de Medios. (2020). *¿Quién figura en las noticias?* <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2022/03/GMMP-2020-Spa.FINAL-2022-0303.pdf>

ONU Mujeres. (7 de marzo de 2018). *Infografía: La mujer y los medios de comunicación*. <https://www.unwomen.org/es/digital-library/multimedia/2015/11/infographic-women-and-media>

ONU Mujeres. (s.f.) a. *12 esferas de especial preocupación*. Recuperado el 10 de octubre de 2022. <https://www.unwomen.org/es/news/in-focus/csw59/feature-stories>

ONU Mujeres. (s.f.) b. *Las mujeres y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)*. Recuperado el 10 de octubre de 2022. <https://www.unwomen.org/es/news/in-focus/women-and-the-sdgs>

ONU Mujeres. (s.f.) c. *Movimientos de mujeres*. <https://www.unwomen.org/es/what-we-do/leadership-and-political-participation/womens-movements>

ONU Mujeres. (s.f.) d. *ODS 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas*. Recuperado el 10 de octubre de 2022. <https://www.unwomen.org/es/news/in-focus/women-and-the-sdgs/sdg-5-gender-equality>

Rubio Liniers, M.C. (diciembre de 2003). *La imagen virtual de la mujer. De los estereotipos tradicionales al ciberfeminismo*. *Feminismo/s*. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/27226/1/Feminismos_2.pdf

