

Retrato mediático de la mujer: así está la equidad de género en Santa Marta (Colombia)

Media portrait of women: this is gender equality in Santa Marta (Colombia)

Eduardo Marín Cuello



Cómo citar: Marín-Cuello E. (2021). Relato mediático de la mujer: así está la equidad de género en Santa Marta (Colombia), *Ignis* (15), 20-34.



Recibido: 06 - 06 - 2021 / Aceptado: 07 - 10 - 2021 / Publicado: 31 - 12 - 2021

Resumen

A 10 años de su implementación, la política pública nacional de equidad de género para las mujeres es evaluada en la práctica con un estudio social desde la comunicación. Para ello, se hace una caracterización del género femenino en la ciudad de Santa Marta a partir de la representación que tiene en los contenidos informativos de la prensa local. Los resultados son cotejados con los lineamientos de la política pública para determinar las maneras en que se ve reflejada los roles de las mujeres. Esto se hace a la luz del paradigma de que los contenidos informativos aportan a la realidad y ayudan a impulsar o reafirmar situaciones en el imaginario colectivo. El trabajo invita a reflexionar en torno a los aspectos legales que acarrea el incumplimiento de esta política y que posibilita el ensanchamiento de los roles femeninos.

Palabras clave:

equidad, imaginarios, medios de comunicación, mujer, representación social, política pública

Abstract

Ten years after its implementation, the National Public Policy on Gender Equity for Women is evaluated in practice with a social study from Communication. To do this, a characterization of the female gender in the city of Santa Marta is made based on the representation it has in the news content of the local press. The results are compared with the guidelines of the Public Policy, determining the ways in which it is reflected in the roles of women. This is done in light of the paradigm that news content reflects reality and helps promote or reaffirm reality in the collective imagination. The work invites us to reflect on how the legal aspects that the breach of this Policy entails build a single role of female empowerment.

Keywords:

communication media, equality, imaginaries, public policy, social representation, woman.

Introducción

Este trabajo reflexiona a partir de la idea de que los medios de comunicación ‘crean la realidad’ en que se desenvuelven los seres humanos. Una realidad que “se imprime, se difunde, se lee” (Marafioti, 2005, p. 162).

Esto se explica en que lo publicado en los medios pasa a incidir en los imaginarios y acciones del público. Sin embargo, por esa realidad reconstruida en el discurso noticioso, el público puede también omitir o ignorar, en este caso, las garantías existentes en los derechos de la mujer.

Para contextualizar, Colombia, en 2012, implementó en su Plan Nacional de Desarrollo (PND) (2010-2014) unos artículos que permitieron la implementación de los lineamientos de la Política Pública Nacional de Equidad de género para las mujeres:

El PND consagra en los artículos 177 y 179 la obligación de construir de manera participativa, bajo la coordinación de la Alta Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer (ACPEM), una Política nacional integral de Equidad de Género para garantizar los derechos humanos integrales e interdependientes de las mujeres y la igualdad de género. (Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer, 2021)

Con esto, el país configuró la puesta en marcha de acciones que propenden al goce pleno de los derechos de las mujeres en el territorio nacional, al tiempo que se superaran brechas de género.

En septiembre de 2022, se cumplen 10 años de la implementación de tales políticas. En ese contexto, este trabajo estudia, desde la comunicación, la cristalización de tales lineamientos. Con eso y a partir las ideas de Fals Borda (1979), sería “nuestra responsabilidad, como pertenecientes a una comunidad de científicos, el saber interpretar esta transformación y derivar datos adecuados a entenderla para ayudar a construir el futuro” (p. 1).

En tal sentido, la idea de transformación orienta a que este trabajo genere material de consulta para que personas y entidades, tanto públicas como privadas, orienten esfuerzos para mejorar la situación de cada mujer colombiana, a partir de espacios de reflexión que permitan socializar lo descubierto en el estudio que pretende caracterizar a la mujer de Santa Marta, representada en los contenidos informativos, a la luz de estos lineamientos.

Antecedentes

Conociendo la política pública y su impacto en Colombia

Los *Lineamientos de la Política Pública Nacional de Equidad de Género para las Mujeres*, expresan el objetivo de “avanzar en la superación de la discriminación garantizando el ejercicio de los derechos de las mujeres [...] que redunden en una sociedad más equitativa, incluyente, próspera, democrática y en paz”. (Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer, 2012, p. 4)

Al respecto, Alarcón Palacio (2012) reflexiona y expresa que Colombia gana como sociedad con la implementación de tal política, porque reconoce la deuda acumulada históricamente con las mujeres, quienes son mitad de la población nacional, y especialmente, se enfoca en quienes están en situaciones de vulnerabilidad social. La autora además dice que “este reconocimiento ya no es más un gesto que apoya de forma aislada acciones puntuales en favor de ellas” sino que “más bien (es) un proceso que se institucionaliza con el respaldo gubernamental, que asume la tarea de transformación cultural” (p.12).

Esta autora, además, hace una descripción detallada de lo que ha ocurrido con las mujeres al ser marginada de muchos de los procesos de la sociedad y, especialmente, de la participación en política:

La segregación sistemática contra la mujer en Colombia es el principal flagelo que ha desacreditado los principios del desarrollo en la realización social de esta, e interrumpe su proceso de transformación social en el escenario público, pues no solo hace de ella la víctima principal de una pobreza en expansión, sino también suscita actitudes malsanas en el hombre. La falta de oportunidades y la violencia contra las mujeres se marcan como la principal causa que ha truncado su empoderamiento en el desarrollo socio-innovador a escala mundial. (Alarcón, 2012, p.13)

Al comprender mejor este tipo de políticas con la visión de la autora, se observa la necesidad de un espacio de reflexión respecto de estas políticas públicas. Esto permitirá tener una mirada profunda en cuanto a la promoción de las mujeres en procesos de planeación, avances en relación con la competitividad laboral, apoyo a la formulación de desarrollos normativos, promoción de participación política y ciudadana y la organización y movilización de las mujeres por la paz (Alarcón, 2012, p.13).

Bajo este panorama, se analiza, desde una visión comunicacional, las políticas públicas y la participación política femenina que las respalda. En ese orden de ideas, se resaltan cuatro casos que refrendan este trabajo.

Afinidad conceptual: representación social femenina en las políticas públicas

La idea de representación social es muy común en el ejercicio de análisis de los procesos sociales que se deseen interpretar. Así ha pasado desde que apareció la Teoría de las representaciones sociales de Moscovici (1961). Al respecto, Camberos Sánchez (2011) logra empalmar con estas ideas y, dada su importancia, constituye una guía conceptual.

Camberos clarifica el panorama y, para hacerlo, cita a Bustelo (2006) y toma un enfoque de lo que se entiende como Políticas Públicas de Equidad de Género. Por ello, define este concepto como “el conjunto de intenciones y decisiones, objetivos y medidas adoptadas por los poderes públicos en torno a la promoción de la situación de la mujer y de la igualdad de género entre mujeres y hombres” (Camberos, 2011, p.41).

En este trabajo se deja implícito que las políticas públicas son aprendidas por la sociedad gracias a la representación, al estereotipo, al imaginario, que son otra forma de adquirir y desarrollar conocimientos. Esto lo hace cada individuo y lo aplica colectivamente en su comunidad.

Camberos Sánchez se sustenta en la visión de Jodelet (1986), quien establece que la representación social está amparada, por un lado, en aspectos como la manera en que nosotros aprendemos acontecimientos de la vida diaria, como las características de nuestro medio ambiente, las personas en nuestro entorno y las informaciones que circulan en él. Por otro lado, se forjan a través de la idea de que el conocimiento es construido a partir de nuestras experiencias, las informaciones tomadas del entorno y combinadas con nuestros modelos de pensamiento forjados en la tradición, la educación y la comunicación social (Camberos, 2011, p. 47).

Aquí se observa el concepto de aprendizaje social del entorno que, en este caso, se da por las informaciones que difunden los medios masivos de comunicación y dan origen a la representación social.

La necesidad de las políticas.

En su estudio, D'Argemir (2011) hace una revisión con influencia feminista y expone lo que ha pasado para que la sociedad tienda al cambio, la apropiación y la participación de forma coherente con los requerimientos del género femenino en una comunidad que, históricamente, le ha violentado. La autora describe “el proceso por el que la violencia ejercida sobre las mujeres pasa de considerarse un problema individual a un problema social que requiere políticas públicas para combatirlo” (p.188). Al hacerlo, relaciona elementos clave como el movimiento feminista, el concepto de feminismo institucional y el enfoque de género, los cuales, expresa, “han tenido una fuerte influencia en el desarrollo de las políticas públicas” (p.188).

D'Argemir hace que el lector dimensione las realidades de violencia y victimización que han tenido las mujeres en España, territorio donde se realiza el trabajo. Todo el panorama, que ella expresa, ha creado un círculo en el que la ciudadanía identifica problemas, crea las normas para combatirlos y ajusta sus comportamientos.

En ese sentido, D'Argemir destaca a los medios porque “han jugado un importante papel en la sensibilización social y en los debates que han permitido sacar la violencia contra las mujeres del ámbito privado al espacio público” (p. 188).

Comprender la reconstrucción de la realidad, acontecida en los relatos de las noticias, permite contemplar los alcances de las Políticas Públicas de Equidad de Género 10 años después de haberlas promulgado y que deberían estarse asumiendo en la cotidianidad.

El poder y la tradición masculina en los medios.

Para participar en política y ser visibles (además de activas) en la sociedad, las mujeres han pasado por grandes esfuerzos que, generacionalmente, se han convertido en victorias. Esas victorias les garantizan voz y voto en los espacios de gestión gubernamental y en las democracias de occidente. Esa narrativa se ha tomado como axioma. No obstante, hay ‘rendijas’ por donde se fuga la realidad frente a este tema.

En relación a esto, Bernárdez Rodal (2010) presenta la manera en que los medios de comunicación masiva representan socialmente al género femenino, al tiempo que sostienen y refuerzan los relatos tradicionales de la hegemonía política masculina:

El ascenso de las mujeres a los puestos de mayor responsabilidad política es sólo una de las caras visibles que componen el prisma de su vida pública, ya que, al mismo tiempo que aparecen cada vez con más naturalidad en las imágenes de los medios, debido a su trabajo, fácilmente resultan espectacularizadas y por lo tanto objetualizadas (p.198)

Esto explica por qué los medios de comunicación siguen representando a las mujeres como accesorios o elementos de complemento; sin negar que hay mayor participación de ellas en política.

Tal situación se da cuando los relatos periodísticos conectan con el imaginario de la audiencia y reconstruyen una realidad distante de las políticas y lineamientos que resultaron de las constantes y ‘generacionales’ luchas de las mujeres por su presencia en el poder.

Los medios de comunicación representan a las mujeres políticas en relación con su vida personal. Sus relaciones afectivas, su gusto para vestir o arreglarse, cuántos hijos tienen, o la alusión a cómo logran compatibilizar sus funciones de madres o esposas son siempre

la letra pequeña del tratamiento de las mujeres. Una letra pequeña que fácilmente puede convertirse en un titular y el rasgo más distintivo y sobresaliente de una personalidad pública. (Bernárdez, 2010, p.201)

Por otro lado, sobre la hegemonía masculina representada en los medios, el trabajo expresa que los elementos simbólicos y discursivos facilitaron la creación de imaginarios que relegan lo femenino a lo privado, lo domiciliario, lo hogareño. Esto ha apartado a las mujeres de la esfera pública y de todos los mecanismos de participación y ejercicios democráticos. En ese sentido, esa es la fuerza discursiva de los medios de comunicación al reconstruir la realidad, pues han impactado y tenido incidencia en los imaginarios y percepciones de la realidad de los ciudadanos.

De acuerdo con Bernárdez Rodal (2010), es posible evidenciar “cómo los medios de comunicación despolitizan a las mujeres hablando de su vida privada, atribuyéndoles valores propios de la feminidad como la laboriosidad, la sumisión o el silencio público” (p. 217).

Para cerrar esta revisión, que permite reflexionar en retrospectiva, los trabajos sobre el tema resaltan las luchas que han costado dar origen a estas políticas. Su implementación es necesaria, pues, al empezar a aplicarse, se genera una nueva dinámica social. Sin embargo, tal dinámica de empoderamiento y participación femenina se ve obligada a enfrentar los imaginarios y prácticas sociales que, tradicionalmente, han potenciado y enaltecido el imaginario masculino. En los medios de comunicación, al momento de reconstruir la realidad, se da prioridad a lo masculino y se relega a las mujeres.

]Marco teórico

Este trabajo asume la visión que Martini (2000) tiene sobre la noticia, cuya conceptualización es definida como “la particular construcción del discurso de la información que narra eventos factuales generalmente públicos”. La suma de estos relatos termina constituyendo “la imagen del presente social” (p. 33). De este modo, la noticia es aquello que se cuenta respecto de un hecho que ya ocurrió. Este relato, originado en la realidad misma, llega al público que recibe esos ‘informes’ de su mismo entorno. Por ello, cuando una noticia se difunde, genera agendas temáticas para los ciudadanos.

En este trabajo, los lineamientos de la Política Pública Nacional de Equidad de Género para las Mujeres se encuentran implícitos en la representación de las mujeres que se producen a través de las noticias de Santa Marta.

En ese orden de ideas, la ciudadanía y el público, en su proceder y opinión, optan por tomar a las mujeres con el mismo significado que le indica el contenido de las noticias. La teoría de la Agenda Setting, señalada por Maxwell McCombs, y explicada por Sábada y Rodríguez (2007), refiere que los ciudadanos conocen, aprenden y reseñan los hechos políticos por medio de todo lo que han visto, oído o leído en los medios de comunicación. La agenda mediática, entonces, construye la agenda pública.

El papel de los medios, que filtran la realidad al seleccionar contenidos o presentarlos de un modo determinado, así como la concurrencia de actores sociales e instituciones son factores que deben considerarse para precisar quién está influyendo realmente en la agenda pública. (Sábada y Rodríguez. 2007, p.191)

Bajo esa mirada de la noticia, en este trabajo se realizó un análisis para identificar, en la representación femenina, la aplicación o ejercicio de los lineamientos de esta política pública, que hace parte de los compromisos adquiridos en el Plan Nacional de Desarrollo 2010 – 2014:

El PND consagra en los artículos 177 y 179 la obligación de construir de manera participativa, bajo la coordinación de la Alta Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer (ACPEM), una Política nacional integral de Equidad de Género para garantizar los derechos humanos integrales e interdependientes de las mujeres y la igualdad de género. La adopción de estos artículos fue posible por la incidencia política de las redes y organizaciones nacionales de las mujeres en el Consejo Nacional de Planeación.

Bajo esa idea, en el 2012, la Nación trazó los lineamientos que sirven de marco referencial para este trabajo:

Atendiendo a lo establecido en el Plan Nacional de Desarrollo, en septiembre de 2012, el Gobierno Nacional lanzó los Lineamientos de la política pública nacional de equidad de género para las mujeres y del Plan integral para garantizar una vida libre de violencias, constituyéndose en el referente para el diseño y puesta en marcha de acciones sostenibles para la superación de brechas y la transformación cultural, que en el horizonte de los próximos 10 años, contribuyan al goce efectivo de los derechos de las mujeres en nuestro país. Estos lineamientos fueron construidos a través de un proceso participativo en diálogo con las redes y organizaciones nacionales de mujeres y con el apoyo y acompañamiento de la comunidad internacional. (Departamento Nacional de Planeación, 2013, p. 2)

Con seguridad y confianza, el documento proyecta que se puedan alcanzar las metas al aformar que: “esto, se logrará a través de la puesta en marcha de este Plan de Acción Indicativo que precisa objetivos, alcances y acciones de las entidades involucradas, para avanzar en la superación de las brechas de inequidad” (Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer, 2021).

Los lineamientos que este trabajo cotejó con la realidad representada en los medios hacen parte del marco teórico. Tales lineamientos orientan la política hacia su aplicación; en ellos se afirma que:

La política está dirigida a las mujeres colombianas de todos los grupos y sectores sociales sin distinción, tomando en cuenta sus diversidades, las particularidades que afectan a las mujeres de la población urbana y rural, pobres, afrocolombiana, negra, raizal, palenquera, indígena, campesina y Rrom, así como a las mujeres de diversas opciones sexuales y aquellas que se encuentran en situación de especial vulnerabilidad, como las mujeres en situación de desplazamiento, de discapacidad y las víctimas de diversas formas de violencia basadas en género, entre otras. (Alta Consejería Presidencial para la Mujer, 2012, p. 52)

Al respecto, se buscaron los distintos rasgos sociales señalados en esos lineamientos que, al final, resultan omitidos dentro de la caracterización de la mujer. A continuación, se sintetizan los lineamientos de la Política Pública Nacional de Equidad de Género para las Mujeres tomados para la realización del análisis:

Igualdad y no discriminación: considera fundamental garantizar el principio de igualdad y no discriminación a las mujeres y que éstas adquieran igualdad real; contempla que las personas en situaciones similares deben ser tratadas de forma igual, y que aquellas, que están en situaciones distintas, deben tratarse de manera diferente para alcanzar la igualdad.

Interculturalidad: reconoce que Colombia es una nación multiétnica en la que coexisten y conviven la diversidad étnica, regional y cultural.

Reconocimiento de la diversidad y de las diferencias desde un enfoque de derechos: asume como principio la diversidad de mujeres que habitan Colombia, y valora las diversidades etarias, étnicas (indígenas, afrocolombianas, negras, palenqueras, rai-zales, Rrom), campesinas, rurales, urbanas, por orientación sexual e identidad de género, con discapacidad, entre otras.

Autonomía y empoderamiento: la autonomía busca que las mujeres actúen en libertad de movimiento y de acción, para decidir sobre su cuerpo, sobre la toma de decisiones en el campo de lo público y privado, y que, de este modo, alcancen autonomía económica sobre los recursos y bienes. Así mismo, reconoce la necesidad de potenciar acciones para que las mujeres puedan ser, hacer y decidir por sí mismas tanto en forma individual como colectiva con poder y autoridad.

Participación: reconoce a las mujeres como protagonistas sociales y políticas, interlocutoras y sujetos de derechos, como condición para el ejercicio pleno de su ciudadanía.

Solidaridad: promueve que todas las mujeres, desde su diversidad y diferencias, cuenten con esfuerzos necesarios para el fortalecimiento de sus capacidades y el ejercicio pleno de sus derechos como sujeto social.

Corresponsabilidad: la política debe lograr el compromiso, la complementariedad, la subsidiariedad y la concurrencia de todos los sectores sociales con la igualdad de género.

Sostenibilidad: la política requiere que el Estado garantice su permanencia y proyección en el tiempo. Para ello, es necesario asegurar los recursos técnicos, financieros, administrativos, institucionales y humanos para su implementación.

Estos lineamientos se buscaron dentro de la representación social de las noticias. Para ello, el marco teórico aportó las categorías de análisis empleadas en la aplicación metodológica.

Metodología

La actual investigación se asentó en una perspectiva positivista, con el fin de describir la representación de las mujeres de Santa Marta en los contenidos de prensa. El análisis de contenido realizado arrojó datos estadísticos que permitieron caracterizar los estereotipos genéricos que se cotejaron de acuerdo con los lineamientos de las Políticas Públicas nacionales de Equidad de Género para las Mujeres.

De acuerdo con Grajales (2000) y según los objetivos y metodología propuestos, este trabajo se categoriza como “Documental”, “Descriptivo”, “No experimental” y “Horizontal”: documental porque “se realiza a través de la consulta de documentos (libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, códigos, constituciones, etc.)”; descriptivo porque busca “desarrollar una imagen o fiel representación (descripción) del fenómeno estudiado a partir de sus características”; no experimental porque “el investigador se limita a observar los acontecimientos sin intervenir en los mismos”; y horizontal porque “se extiende a través del tiempo dando seguimiento a un fenómeno” (Grajales, 2000, p. 43).

Debe mencionarse que para la realización de este análisis de contenido, la población objeto de estudio fueron las noticias publicadas en las 365 ediciones del periódico *Hoy Diario del Magdalena* durante 2021. De este medio, se usaron las noticias relacionadas con mujeres y ocurridas en Santa Marta.

Se construyó una matriz y se recurrió al método de semana compuesta para establecer la muestra. Bajo ese método se tomaron los días comprendidos entre lunes y viernes, descartando festivos y fines de semana. Al descartarlos, se justificó con el argumento de que los contenidos del periódico dan paso a otros géneros en esas fechas y reducen el número de noticias.

De igual manera se construyó un libro de códigos que contempla los lineamientos y otras variables mencionadas en el marco teórico. Se construyó, entonces, una herramienta de análisis que, a partir de las herramientas digitales, permitió procesar los datos más fácilmente.

Para analizar los contenidos, el estudio aprovechó la noción de macroestructura utilizada por Marín (2012) a partir de los planteamientos de Van Dijk:

(Se) divide la estructura noticiosa en Macroestructura y Microestructura. La primera está conformada por los “titulares y las cabeceras” y constituyen el resumen de la noticia; mientras la microestructura, compuesta por el contexto y el cuerpo de la noticia, es el desarrollo de ese resumen. Van Dijk, sustenta esto y da a entender – teniendo en cuenta lo que llama “el principio global de la organización de la relevancia en la noticia” - que lo más importante de la información se encuentra en la parte de arriba en orden de lectura, lo cual “significa que para cada tema la información más importante se presenta primero” (p.31)

Resultados y análisis

Después de analizar las 52 semanas de publicaciones del periódico *Hoy Diario del Magdalena* de 2021, se hallaron un total de 69 noticias que cumplieron con los requisitos que la aleatoriedad de la muestra. Debe hacerse la salvedad que, de las 52 ediciones representativas que resultaron de la aplicación del método de semana compuesta, dos (2) quedaron fuera por coincidir con fechas festivas y un total de 15 no registraron sucesos relacionados con mujeres.

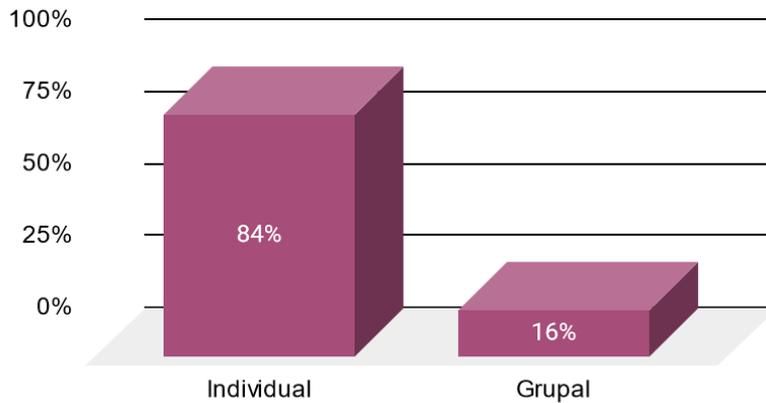
Finalmente, 35 fechas cumplieron los requisitos y de ellas surgen las 69 noticias halladas para el trabajo. En ellas se aplicó la herramienta de análisis a los diarios. Al final se evidenciaron los siguientes resultados:

Caracterización de la mujer de Santa Marta en los contenidos informativos

Para alcanzar este resultado, se indicaron algunas categorías que permitieran construir una imagen representativa, generalizada, a partir de los distintos sucesos reconstruidos en las noticias que involucraron mujeres: “Representación femenina en la noticia”; “Rango de edad”; “Rasgo étnico”; “Entorno de desarrollo social”; “Orientación Sexual” e “Identidad de Género” fueron las categorías con las que se registraron los datos:

Figura 1. Cantidad de mujeres representadas en la noticia

Individual y Grupal

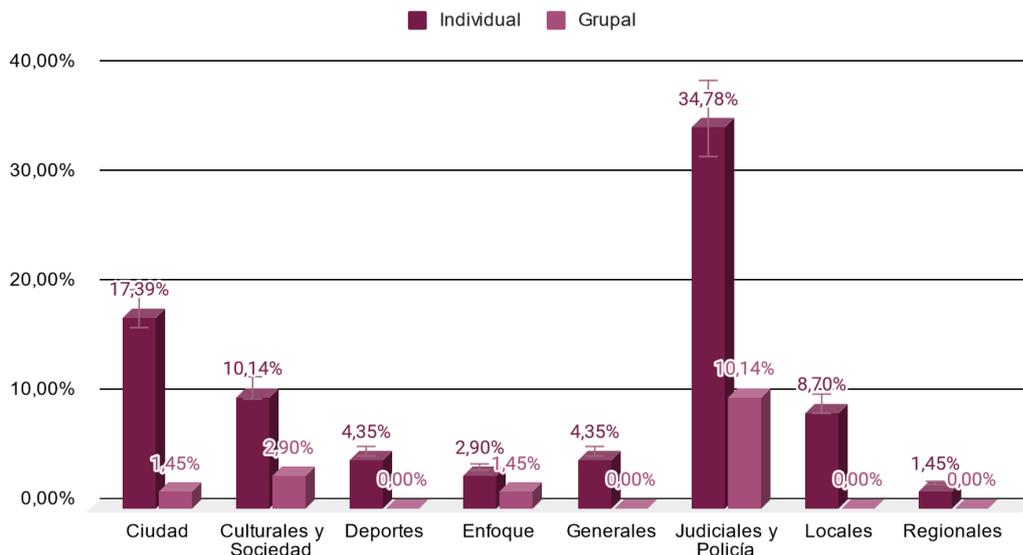


Fuente: elaboración propia

Apariciones individualizadas. Así se reflejó en la mayoría de las noticias, las cuales corresponden a las diferentes secciones del periódico. Esto indica que hay participación femenina, y por ende participación, en varios aspectos de la vida social.

Figura 2. Relación secciones del periódico - cantidad de mujeres representadas por noticia

Representación por Sección



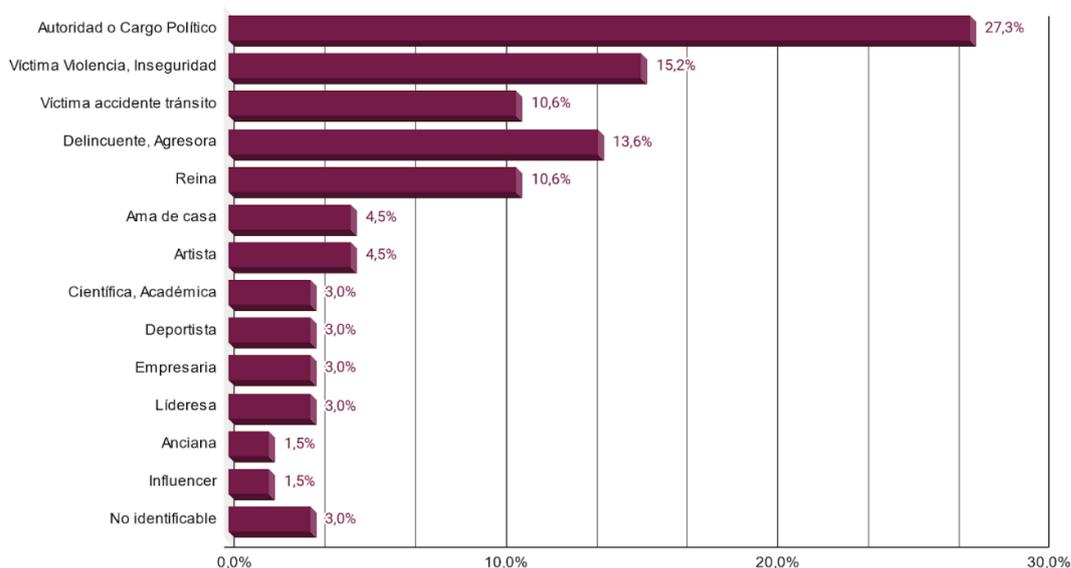
Fuente: elaboración propia

Sin embargo, en la sección de Judiciales y Policía, el 44% indica que, aunque hay participación de las mujeres en distintas acciones, sólo cuando están asociadas o involucradas en hechos violentos adquieren visibilidad o representación.

Para facilitar el análisis de la caracterización, se realizaron anotaciones de los estereotipos y roles atribuidos a las mujeres en las noticias seleccionadas:

Figura 3. Roles sociales femeninos identificados en las noticias

Rol social identificado en la noticia



Fuente: elaboración propia

En este sentido, los roles más representados fueron los de mujeres nombradas o elegidas en cargos políticos del Distrito de Santa Marta (27,3%). En esta línea, se muestra el alto nivel de participación política de acuerdo con los lineamientos que enmarcan este estudio; por otro lado, combinando los estereotipos de víctima anotados durante el estudio, las mujeres superan el 25%, que, si se le agrega el rol de delincuente o agresora, obtendría un total de 39%.

En ese orden de ideas, el estudio evidencia que los hechos negativos e impactantes superan los criterios de noticiabilidad (Marín, 2020) y son reconstruidos en el relato noticioso, incluyendo el antagonismo de las mujeres.

Los roles tradicionales de reina (10,6%), ama de casa (4,5%) y artista (4,5%) tienen fuerza en la representación e indican que no son ajenos al imaginario del público que recibe este mensaje de los medios, sin importar que el género femenino ha ganado muchos más escenarios en la sociedad.

Como contraste, los roles ganados en las distintas luchas femeninas de la historia: deportista, científica, empresaria y lideresa (todos con 3,0%) aparecen con poca representación de la mujer en los hechos noticiosos. El público aún no se ha familiarizado con estos roles invisibilizados por lo que algunos autores llamarían 'la hegemonía masculina'.

En la caracterización que se construyó a partir de todas las categorías incluidas, debe mencionarse que varias de éstas no tuvieron datos representativos. Por ello, no se incluyen en la lista de gráficos. Esto se re-

gistró con categorías como “Orientación Sexual” e “Identidad de Género” en los que el ítem “Ninguna identificable” obtuvo la mayoría absoluta. Aunque se intentó tener el dato de inclusión y participación desde la diversidad y la sociedad LGBTIQ+, todavía en los medios de comunicación, el relato general sigue avivando la idea de “binario” o “heterosexual”.

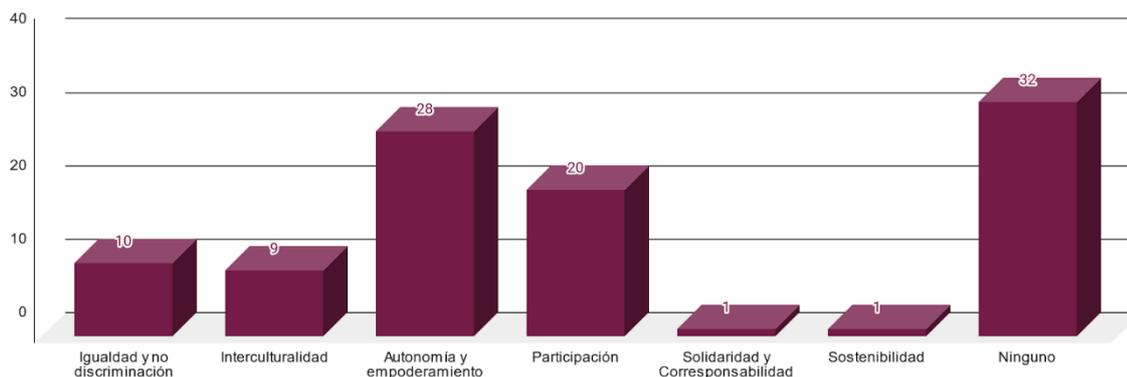
Finalmente, se estableció que la caracterización de la mujer de Santa Marta en los contenidos informativos construye un estereotipo de mujer adulta, heterosexual, sin rasgo étnico definido que se desarrolla socialmente en el espacio urbano. Esta mujer, forjada en el individualismo del hecho que la convierte en noticia, es visible por dos vías principales: participa políticamente como la autoridad encargada del tema abordado o está envuelta en hechos violentos en los que es víctima o victimaria.

Cotejo de la caracterización de la mujer de Santa Marta en la prensa con los lineamientos de la Política Pública Nacional de Equidad de Género

Antes del cotejo, se identificó la mayor o menor aparición de los lineamientos de PPNEGM en los contenidos de la noticia. Para eso, se tuvo en cuenta que varios de ellos pueden estar implícitos en un mismo relato noticioso.

Figura 4. Lineamientos de la PPNEGM en la temática noticiosa

Lineamientos de la Política identificados en el Tema de la noticia



Fuente: elaboración propia

Los resultados expresan que los lineamientos que más aparecen son los de “Autonomía y empoderamiento” sumado al de “Participación”. Juntos rondan 48 registros. Éstos se asocian con la caracterización de mujer que es autoridad política de algún asunto.

Como se expuso en el marco teórico, estos lineamientos materializan lo siguiente:

Participación: reconoce a las mujeres como actores sociales y políticos y el ejercicio de estos roles sociales garantiza su actuación visible y comprometida con los lineamientos.

Autonomía y Empoderamiento: se debe entender como el principio que busca que las mujeres, además de que alcancen autonomía económica, actúen en libertad para decidir sobre la toma de decisiones en el campo de lo público y privado.

Ambos conceptos se ven reflejados en las noticias que muestran las actuaciones de éstas mujeres quienes, desde sus cargos, se convierten en la materialización del lineamiento y la única marca coherente y positiva entre la realidad buscada por los lineamientos de la política pública y la realidad que se reconstruye en las noticias.

En contraste, la ausencia de los lineamientos en 32 noticias prueba que todavía no hay total arraigo de la política en la ciudadanía. Esto evidencia falta de conocimiento y de garantías para la aplicación de las políticas, al menos, en la ciudad. De esas 32 noticias, 28 son de la sección Judiciales y Policía en la que predominan los roles o estereotipos de “víctima” como de “delincuente o agresora”. Esos roles negativos son la antítesis de la PPNEGM que, como se explicó anteriormente:

está dirigida a las mujeres colombianas de todos los grupos y sectores sociales sin distinción”, tomando en cuenta “las particularidades que afectan a las mujeres que se encuentran en situación de especial vulnerabilidad” entre las que resalta “las víctimas de diversas formas de violencia. (Alta Consejería Presidencial para la Mujer, 2012, p. 52)

Conclusión

Las noticias terminan constituyendo “la imagen del presente social”. (Martini, 2000, p. 33). En este sentido, las noticias donde hay mujeres protagonistas inciden en la sociedad que recibe esa reconstrucción noticiosa. Al recibirla, el público asume posturas ideológicas, toma decisiones y resignifica su entorno.

Al tener una representación de mujer con un enfoque negativo, que no evidencia la materialización de la Política Pública Nacional de Equidad de Género, se termina generando un pensamiento colectivo que continúa con el legado de una ideología que infravalora las mujeres.

Saltzman (1990) defienden esta idea, cuando afirman que existe una inferioridad de las mujeres con respecto a los hombres:

[...]primero, una ideología y su expresión en el lenguaje que explícitamente devalúa a las mujeres dándoles a ellas, a sus roles, sus labores, sus productos y su entorno social, menos prestigio y/o poder que el que se le da a los de los hombres; segundo, significados negativos atribuidos a las mujeres y sus actividades a través de hechos simbólicos o mitos (que no siempre se expresan de forma explícita). (Facio y Fries, 2005, p. 260)

Al no evidenciarse los lineamientos de la PPNEGM por no estar implícitos en la representación noticiosa de la prensa, se termina por ignorar y omitir lo que debería ser el logro y la materialización de esta política.

En otras palabras, si no existiera la Ley 581 de 2000, que dicta que el 30% de los altos cargos públicos tienen que ser ejercidos por mujeres, no se cumplirían -tampoco- los lineamientos de “Participación” y “Autonomía y Empoderamiento”. Quizá, la repercusión legal o jurídica que tendría para los encargados de la rama administrativa el hecho de no cumplir esta cuota de participación hace que la práctica social la incluya y la reflejen los contenidos mediáticos. Esta situación, vista desde la óptica de la Agenda Setting, explica que el público recibe el mensaje reconstruido de la prensa con enfoques negativos. Un mensaje que, además, tiene poco o nulo cumplimiento de la PPNEGM en la práctica. Un discurso noticioso que no hace visibles otros escenarios con mayor empoderamiento para la mujer. Este mensaje hace que

el público tome a la mujer como 'subordinada' en su imaginario y proceder colectivo. Tal como le indica la noticia sobre ella.

El trabajo termina apuntando una gran problemática: una en la que se representan y sostienen las estructuras discursivas del patriarcado, la victimización de la mujer y su vulnerabilidad. Esto se argumenta con más vehemencia desde el feminismo.

Tal problemática deja sin resultados tangibles de gran relevancia la implementación de los lineamientos de la PPNEG, puesto que, de acuerdo a la reconstrucción de la realidad, no alcanzan a garantizar su propio cumplimiento en 10 años de existencia.

¿Cuánto más esperarían las mujeres para poder tener mejores roles sociales y garantías plenas de sus derechos fundamentales? Al menos, desde esta visión comunicacional, no se avizora una respuesta satisfactoria ni expedita.

Referencias

- Alarcón Palacio, Y. (2012). Comentario a la política pública de equidad de género para las mujeres. *Vniversitas*, 61(125), 11-14.
- Alta Consejería Presidencial para la Mujer, (2012). Lineamientos de la Política Pública Nacional de Equidad de Género para las Mujeres. [Documento en línea]. Recuperado de <http://www.equidadmujer.gov.co/Documents/Lineamientos-politica-publica-equidad-de-genero.pdf> en diciembre de 2021
- Bernárdez Rodal, A. (2010). Estrategias mediáticas de” despolitización” de las mujeres en la práctica política (o de cómo no acabar nunca con la división público/privado). *Cuadernos de Información y Comunicación*, 15, 197-218.
- Bustelo Ruesta, M., Lombardo, E. (2006). Los ‘marcos interpretativos’ de las políticas de igualdad en Europa: conciliación, violencia y desigualdad de género en la política. *Revista Española de Ciencia Política*, (14), 117-140.
- Camberos Sánchez, M. T. (2011). Empoderamiento femenino y políticas públicas, una perspectiva desde las representaciones sociales de género: a perspective based on social representations of gender. *Entramado*, 7(2), 40-53.
- Cerva Cerna, D. (2014). Participación política y violencia de género en México. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 59(222), 117-140.
- Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer. (2021). Política Pública Nacional de Equidad de género para las Mujeres y el Plan Integral para garantizar a las mujeres una vida libre de violencias. [Documento en línea]. Recuperado de <http://www.equidadmujer.gov.co/ejes/Paginas/politica-publica-de-equidad-de-genero.aspx>
- D’Argemir, D. C. (2011). La violencia sobre las mujeres en la agenda política, en la sociedad y en los medios de comunicación. *Ankulegi. Revista de Antropología Social*, (15), 175-190.
- Departamento Nacional de Planeación. (2013). Documento Compes Social. Recuperado de: <https://colaboracion.dnp.gov.co/cdt/conpes/social/161.pdf>
- Facio, A., y Fries, L. (2005). Feminismo, género y patriarcado. *Academia. Revista sobre enseñanza del derecho de Buenos Aires*, 3(6), 259-294. Recuperado de <http://repositorio.ciem.ucr.ac.cr/jspui/handle/123456789/122> en
- Fals Borda, O. (1979). *El problema de cómo investigar la realidad para transformarla*. Bogotá: Tercer Mundo.
- Gómez, M. (2011). Análisis del tratamiento de la mujer en la prensa española. Día Internacional de las Mujeres/Analysis of women’s treatment in Spanish press. Women’s International Day. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 17(1), 119.
- Herrera Delghans, L., y Urueta, G.A. (2010). Una mirada a la violencia que leen los samarios. *Investigación & Desarrollo*, 19(2), 276-297.
- Jodelet, D. (1986). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En Moscovici, S. (editor). *Psicología social II: Pensamiento y vida social, psicología y problemas sociales*. Buenos Aires: Paidós.

- Marafioti, R. (2005). *Sentidos de la comunicación: teorías y perspectivas sobre cultura y comunicación*. Biblos.
- Marín Cuello, E. (2012). *La juventud samaria y su representación en los contenidos informativos del periódico Hoy Diario del Magdalena: entre la Exaltación y la Marginalidad*. (Tesis de Pregrado). Universidad Sergio Arboleda. Santa Marta, Colombia.
- Marín, Manjarrés y Olarte, M. (2014). *La representación social de los docentes de Santa Marta en los contenidos noticiosos de los periódicos Hoy Diario del Magdalena y El Informador*. Universidad Sergio Arboleda. Santa Marta, Colombia.
- Marín Cuello, E. (2019). *Caracterización de la realidad social de Santa Marta a partir de los criterios de noticiabilidad usados por el periódico Hoy Diario del Magdalena: una mirada desde la Teoría de Sistemas*. (Tesis de Maestría). Universidad del Norte. Barranquilla, Colombia.
- Marín Cuello, E. (2020). Neo-relatos del populismo en los medios de comunicación: una mirada al movimiento Fuerza Ciudadana en la prensa de Santa Marta. En Olarte, M.A., *Posverdad, medios masivos de comunicación y neopopulismos nuevas dinámicas, nuevas tendencias* (pp. 99-131). Universidad Sergio Arboleda: Instituto Latinoamericano de Altos Estudios.
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Editorial Norma.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós.
- McCombs, M., y Shaw, D. (1972): The agenda-setting function of the mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-185.
- Montaño, S., Pitanguy, J., y Lobo, M. T. (2003). Las políticas públicas de género: un modelo para armar: el caso de Brasil. [Documento en línea]. Recuperado de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/5906>
- Moscovici, S. (1961). *La psychanalyse, son image et son publique*. París: PUF.
- Sádaba, Teresa, y Rodríguez Virgili, Jordi (2007). La construcción de la agenda de los medios. El debate del estatut en laprensa española. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (16),187-211. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16801610>
- Saltzman, J. (1992). *Equidad y género: una teoría integrada de estabilidad y cambio*. Universitat de València.
- Van Dijk, T., y Gal, G. (1990). *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós.
- Saltzman, J. (1992). *Equidad y género: una teoría integrada de estabilidad y cambio*. Universitat de València.
- Van Dijk, T., y Gal, G. (1990). *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós.