

---

# LA MUJER Y EL PERIODISMO

---

## NOTA DE REDACCION

En el presente número nos ha parecido oportuno ofrecer dos trabajos que tienen que ver con la celebración del Año Internacional de la Mujer y el periodismo. El primero de ellos cubre un evento de origen nacional, organizado por el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa (SNTP), en donde se discutió y analizó por un día completo el papel de la mujer en el campo del periodismo. Su título original: **"El Periodismo y las Mujeres Periodistas: Taller de Análisis convocado por el SNTP"**. El segundo trabajo trata sobre la búsqueda de una imagen alternativa de la mujer a través de los medios de comunicación. Este evento fue realizado en México, en donde la UNESCO y el ILET convocaron a periodistas, escritoras e investigadoras para tratar el tema objeto del encuentro. Por Venezuela estuvo presente la periodista Elizabeth Fuentes quien nos ofrece lo que allí se trató.

## Mujeres Periodistas: Encuentro del S.N.T.T.P.

Cuatro décadas atrás, pioneras del periodismo como Carment Clemente Travieso, María Teresa Castillo, Antonia Palacios, Josefina Juliac, Ana Luisa Llovera, etc., se colocaron a la vanguardia de la lucha por la reivindicaciones sociales, económicas y políticas de la mujer. El camino recorrido desde entonces está lleno de éxitos y fracasos, pero todavía hoy, peneiradas del permanente sentimiento de que su causa es justa y por lo tanto vencedora, acompañan a las nuevas generaciones en una lucha en la que el principal enemigo a vencer son los propios prejuicios de la mujer para encararla.

Este año de 1982, cuando en el Congreso de la República parecieran diluirse, entre Comisiones y discusiones, las esperanzas de lograr reformas parciales del Código Civil que redefinan los roles del hombre y la mujer en sus relaciones de pareja y progenitores, en base a la igualdad jurídica de los ciudadanos como lo consagra la Constitución vigente, la celebración del Día Internacional de la Mujer, por su especial significación, debió constituirse en una jornada de análisis que la motivara a meditar sobre su problemática y le sirviera, a su vez, de acicate para integrarla a la conquista de igualdad de derechos, de oportunidades de trabajo y de dignificación de su papel en la sociedad.

En este sentido lo entendió el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa al convocar a sus afiliados a un Taller de Análisis sobre los problemas de la mujer periodista y los medios de comunicación, en el que, contrariamente a lo esperado, las periodistas tuvieron poco interés en participar.

El Taller se implementó el viernes 5 de marzo en la sede del CNP, para discutir tres diferentes temáticas: la primera mesa, coordinada por Nora Uribe, Elizabeth Zafar, Gloria Cuenca y Mariahe Pabón se ocupó de la industria cultural y el tratamiento que se da a la mujer en las re-

vistas femeninas y en las telenovelas, dirigido a crear estereotipos que mantiene a la lectora sumida en un mundo de sueños irreales.

La mesa N° 2, coordinada por Helena Salcedo y Darsy Alvarado, trabajó el tema de las mujeres periodistas

La mesa N° 2, coordinada por Helena Salcedo y Darsy Alvarado, trabajó el tema de las mujeres periodistas en los medios de comunicación social, demostrando con su investigación la discriminación de que es objeto la profesional del periodismo dentro de las empresas. Las cifras son por demás elocuentes: El Universal, emplea a 44 periodistas, 40 hombres y 4 mujeres; El Nacional, 125 periodistas, 109 hombres y 16 mujeres; Meridiano, 17 periodistas, 16 hombres una mujer; 2001, 33 periodistas, 27 hombres, 6 mujeres; Últimas Noticias, 31 periodistas, 25 hombres y 6 mujeres; la agencia estatal VENPRES, es la excepción, de 31 periodistas 20 son mujeres y 11 hombres.

Carmen Martínez de Grijalba y Tulio Hernández, este último investigador del ININCO, coordinaron la mesa 3 sobre la Necesidad de Comunicación Alternativa para la Mujer, concluyendo en que es indispensable crear procesos alternativos de comunicación popular que, al margen del sistema de comunicación masiva o dentro de él, propicien en la mujer la producción de informaciones dirigidas a impugnar las estructuras sociales hegemónicas.

Presentamos a continuación una síntesis de las conclusiones y recomendaciones surgidas del evento:

En relación a los puntos específicos que abordó la mesa N° 1 se concluyó, **en cuanto a las revistas femeninas que:**

- Algunas revistas femeninas han hecho intentos de modernización y adecuación de la mujer en otras labores y roles diferentes a las tareas del hogar.
- Han aparecido revistas dedicadas a la "farándula" (sin menospreciar la crítica de Radio y TV) que banalizan este trabajo sin ayudar al medio.
- En consecuencia, el reportero de los medios y particularmente el de las revistas de "farándula" debe transformarse en un permanente feedback. Es decir, informar, opinar, orientar e interpretar de manera responsable.

**En relación a las telenovelas:**

- Se parte del criterio de que la telenovela como género no es mala; pero debe encontrarse un camino, un lenguaje, para transmitirle a la mujer valores positivos en tanto ser igual y capaz al hombre. Es decir, no olvidar que el gran desafío de la televisión de hoy es educar y entrenar.

**En consecuencia:**

- Se exige que se utilice la telenovela para concientizar a la mujer sobre sus derechos como persona, como ser social, como parte integrante de una sociedad en la cual vive y se desarrolla.
- Se aprecia una vuelta al melodrama truculento, que había sido superado en años pasados, lo que indica una ausencia de creatividad.
- Se recomienda, en consecuencia, que las plantas de televisión, al término de cada producción hagan foros que induzcan a la reflexión sobre la temática expuesta.

**Y en cuanto a la industria cultural se determinó que:**

- La comunicación se ha transformado en una industria y dentro de ella se insertan las industrias culturales.
- Las industrias culturales presentan las características de industria capitalista en su pensamiento, su estructura y en la elaboración de un producto que se vende como una mercancía.
- las industrias culturales tienen implicaciones muy importantes en los órdenes económico, político, cultural e ideológico.
- Las industrias culturales hacen circular nacional e internacionalmente los estereotipos y clichés tradicionales en torno al rol de la mujer en la sociedad y actúan como reforzadoras unas de otras.
- Las industrias culturales tienen

—Las industrias culturales tienden a banalizar y trivializar los problemas relacionados con la mujer.

La mesa Nº 2, al analizar los problemas que confronta la profesional del periodismo en la empresa de comunicación social, concluyó en que la discriminación que sufre en esos medios se manifiesta en la poca contratación, la ausencia en los niveles de decisión y en la utilización de su imagen en forma banal, contribuyendo de esta forma a reforzar la imagen de la mujer objeto en detrimento de su capacidad como profesional. **En consecuencia se propone que la mujer periodista:**

—no participe de trabajos o actividades que contribuyan a reforzar la imagen de la mujer objeto.

—tomen participación en la lucha por la democratización de los medios.

—Tomen conciencia de la función que, como comunicadoras sociales y como formadoras de opinión, tienen en el seno de la sociedad.

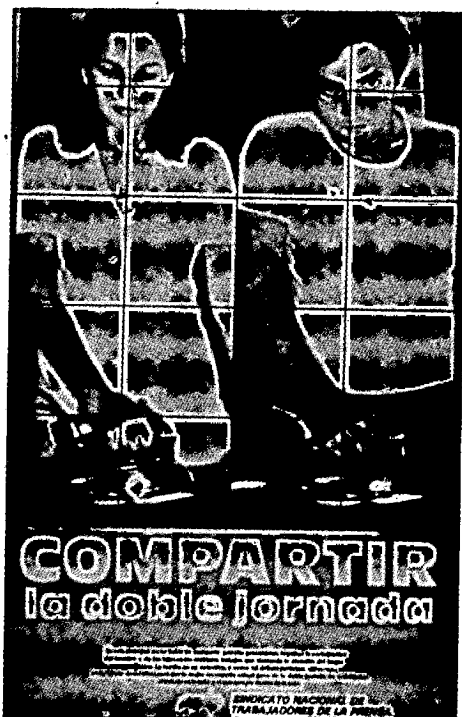
—Luche por obtener los cargos de decisión, haciendo respetar su condición de profesionales.

#### **Y se recomienda:**

—Introducir en las contrataciones colectivas cláusulas que permitan la utilización de espacios, por parte de mujeres periodistas, para analizar su propia problemática. Recomendación que se hace extensiva al Sindicato de Radio y Televisión.

—Crear un equipo de trabajo para analizar el tema de La mujer y el Trabajo. Investigación que deberá realizarse en dos sentidos:

- 1) ¿Cuáles son las motivaciones por las cuales la mujer se inclina a estudiar Comunicación Social? y 2) Una vez graduadas, ¿Cuántas están ejerciendo?, ¿Cuáles son sus perspectivas y aspiraciones? y si no ejercen, ¿Por qué no lo hacen?.



—Obligar a las empresas a que cumplan con la obligación contractual de solicitar al S.N.T.P. las respectivas ternas, cuando existan cargos vacantes y exigirles la designación de mujeres periodistas para llenarlos.

—Exhortar a las Escuelas de Comunicación Social a crear una Cátedra o Seminario que analice la problemática de la mujer referida a la actividad periodística.

Por su parte, el equipo de trabajo de la Mesa N° 3 recomienda a las comunicadoras sociales y a los gremios:

—Asumir la decisiva prioridad de crear canales de comunicación alternativa para difundir la información producida por la mujer en función de formar una conciencia diferente a la de la relación dominación y explotación, en hombres y mujeres.

Dentro de esos propósitos, se hace necesario la creación de equipos de producción capaces de realizar y transmitir mensajes que respondan a los verdaderos intereses de la mujer.

Aparte de este trabajo dentro de los grandes medios, la intervención de la comunicadora debe extenderse a la estimulación, la facilitación y la asistencia técnica a todos los grupos o movimientos que intenten dotarse de sus propios canales y modos de comunicación.

—Estimular la creación de un medio alternativo impreso, auspiciado por el S.N.T.P., dirigido a la mujer periodista, para informarla acerca de los avances internacionales en materia de investigación.

—Incrementar la relación y cooperación con las periodistas de la región, a través de los organismos gremiales.

—Fomentar la participación de las periodistas en seminarios, foros, mesas redondas, charlas, etc., en institutos educacionales, sobre temas relativos a la condición de la mujer; el uso de los medios de comunicación social en la educación social, etc.

Y a los organismos internacionales: UNESCO, OEA.

—Reforzary ampliar los servicios de información que a través del I.P.S., son remitidos por la Oficina Internacional de la Mujer.

—Solicitar becas, asistencia técnica y financiamiento para la realización de investigaciones.

## BERTA BRITO

### ENCUESTA N° 1

#### Proporción de hombres y mujeres en la redacción de algunos periódicos de Caracas

Medio	Periodistas	Hombres	Mujeres	Porcentaje
Últimas Noticias	33	25	8	24%
Venpres	34	14	20	59%
El Univesal	44	40	4	9%
2001	33	27	6	18%
Meridiano	17	16	1	6%
El Nacional	128	109	19	15%
El Diario de Caracas	78	54	24	31%

(Cifras suministradas por el SNTP en base a los listados al 31.12.81, a excepción de los casos de Venpres, suministrados por la propia agencia con datos al 5.03.82 y a "El Diario de Caracas", tomados de la nómina al 5.03.82).

### ENCUESTA N° 2

#### Proporción de hombres y mujeres en cargos directivos en la redacción de algunos periódicos de Caracas

Medio	Cargos	Hombres	Mujeres
Últimas Noticias	5	4	1 (Farándula)
Venpres	3	3	0
El Universal	8	6	2 (Arte y Sociales)
2001	9	7	2 (Farándula y Sociales)
Meridiano	6	5	1 (Farándula)
El Nacional	14	11	3 (Arte, faránd. mujer)
El Diario de Caracas	12	8	4 (Política, Diplomacia, Ciudad y Deportes)