

El trato machista de los medios hacia las políticas

Carmen López López

LA LEY ORGÁNICA que regula la cláusula de conciencia de los y las profesionales de la información dice: *“La información no puede ser objeto de consideraciones mercantilista, ni el profesional de la información puede ser concebido como una especie de mercenario abierto a todo tipo de informaciones y noticias que son difundidas al margen del mandato constitucional de veracidad y pluralismo”*. Además, garantizar que el lenguaje y los contenidos en las informaciones y comunicaciones sean no sexistas, debería ser obligación y un logro a conseguir por todos los medios y no solo por parte de aquellos que son sufragados con dinero público.

Sin profundizar tanto en las leyes y aquello que debiera ser, es decir, la propia ética periodística, ¿donde se encuentra el trato igual en las informaciones sobre las mujeres y hombres en la política? ¿dónde se sitúa la no discriminación por razón de sexo en el trato informativo hacia las mujeres?

Existe una práctica -no generalizada afortunadamente, pero si diaria en ciertos medios- que banaliza la presentación pública de las mujeres y sus ocupaciones, dejando en segundo plano el trabajo para el que se les ha elegido o la trayectoria profesional que les ha llevado a estar en donde están.

El nombramiento de las ministras y la presencia mayoritaria de las mujeres en el actual Gobierno del país refleja el proceso

“Existe una práctica que banaliza la presentación pública de las mujeres y sus ocupaciones, dejando en segundo plano el trabajo para el que se les ha elegido o la trayectoria profesional que les ha llevado a estar en donde están”.



de gran avance feminista que se está generando a nivel social. Este avance hace que se pueda detectar, con más facilidad, el continuo trato discriminatorio y sexista hacia las mujeres, poniéndose en evidencia el ataque machista que cada día ocupa portadas y numerosos artículos de opinión en diferentes medios de comunicación, sin olvidar las redes sociales y la cobertura mediática que se les da a éstas. El modo en la que algunos medios de comunicación han hecho referencia a las actuales ministras es un reflejo del trato a las mujeres en general, cuestión ésta que definitivamente debe de ser erradicada.

Dice un medio de comunicación que va a evaluar los aciertos y errores de estilismo de las ministras porque con toda seguridad "les haría mejorar". [ABC](#), en sus diferentes evaluaciones, se atreve a describir a Magdalena Valerio, ministra de Trabajo y Migraciones y Seguridad Social como: *"Esta extremeña de buen físico, recriada en La Mancha, de ojos penetrantes y chasis de aquí te espero, ha sabido siempre sacarse partido. Ha superado una enfermedad con turbantes bien escogidos colocados con gusto, ha lucido el cabello corto con valentía, mostrando que es capaz de estar atractiva y femenina en cualquier circunstancia. Y sigue luciendo su maquillaje marcado y sus labios rojos"*. Y en otro medio, se dice que Susana Díaz, presidenta de la Junta de Andalucía, dejó sorprendidos a los asistentes con una figura esbelta que dejaba mostrar un favorecedor traje veraniego color blanco y amarillo, a juego con unos zapatos de tacón que combinaban el blanco, el amarillo y el negro, así, sin ningún rubor.

¿Quién le dice y por qué a las ministras, a las políticas, cómo y de qué manera tienen que vestir, si el corte de pelo va o no con ellas, si el traje las hace serias o la falda es muy corta? ¿Por qué se puede catalogar a una mujer sin ningún tipo de pudor dando lecciones de "estilismo" y considerando que, con toda seguridad, les hará mejores? Les faltó añadir que la verdad las hará libres, pero ¿cuándo se les ha dado este trato a los hombres al ser elegidos?

Sin ahondar más en los diferentes artículos -y teniendo en cuenta la cantidad

"¿Quién le dice y por qué a las ministras, a las políticas, como y de qué manera tienen que vestir, si el corte de pelo va o no con ellas, si el traje las hace serias o la falda es muy corta?"

de ejemplos existentes sobre la forma machista de escribir sobre las mujeres y que se utiliza para presentar e "informar"- es necesario parar un momento y reflexionar sobre el trato discriminatorio y machista que se da a las mujeres para presentarlas. Imagínense el proceso contrario.

Las y los profesionales de los medios de comunicación son también responsables de esos mensajes machistas y debería existir un punto y final para que dejen de generarse y repetirse. Hay que recordar la necesidad de la utilización de un lenguaje no sexista; las palabras y sus usos no son inocuos.

Afortunadamente hay quien desde los medios trata de frenar el machismo y que con su trabajo cotidiano contrarresta la apología de éste, y hay que aprender del buen hacer. Porque la realidad es que existe un abuso exacerbado en el trato discriminatorio y machista que se da a las mujeres en todos los ámbitos de la vida, si se compara con el dado a los hombres.

El añadido sexista hacia las mujeres para sus descripciones -que antes o después aparece y que no se centran en su trabajo- se aleja de la objetividad periodística que se les supone a quienes informan.

El verdadero discurso que realizan -y que desvía la atención a cuestiones nimias y machistas que dan un trato diferenciado a las mujeres centrado en quehaceres propios de un sexo como mujer estereotipada

y no con la labor que ésta va a realizar- es un reflejo de cómo ciertos medios ven todavía a las mujeres y lo que espera de ellas, que siempre pasa por la tradicional y conservadora idea de que las mujeres han de ocupar un segundo lugar, tal vez como maniqués.

Las mujeres en general, y las políticas en particular, son algo más que cómo visten (qué cazadora visten cuando están en campaña electoral o qué vestido floreado llevan cuando debaten en las Cortes), qué enfermedad padecen, cuántas criaturas tienen o cuál es su estado civil.

Las palabras y la forma en cómo se cuentan las noticias son muy importantes pues describen y sitúan los hechos, pero también pueden hacer posicionarse con respecto a qué o de quién se habla. Más allá de la opinión personal que exista en las noticias, la falta total de objetividad puede situar a las mujeres en lugares que no son los reales.

El lenguaje es una herramienta esencial para los y las periodistas y como lo utilizan es fundamental para centrar la noticia y crear una imagen objetiva de la realidad. Informar con enfoque de género significa informar mejor. Cambiar el lenguaje para que la información sea más veraz, sí importa.

Aunque afortunadamente no es siempre así, pues existen medios que se preocupan por el uso del lenguaje, por dotar de perspectiva de género a las noticias e incluso de contar con especialistas en igualdad, tal y como ocurre con otras secciones especializadas.

Las opiniones periodísticas pueden y deben ser diversas, pero si estaría bien que dejaran de utilizar la imagen de las mujeres de una manera tan discriminatoria y machista.

Carmen López (@2014clopez) es secretaria de las Mujeres de la Federación Estatal de Servicios a la Ciudadanía de Comisiones Obreras.