

Temas relacionados con las mujeres tienen poco espacio en los medios de comunicación del AMG

Estudio del CUCSH demuestra que sólo 6.2 por ciento de las portadas tienen enfoque de género y que 13.5 por ciento de las columnas las escribieron mujeres

Las mujeres son noticias en los medios de comunicación, principalmente, en los rubros de seguridad y política; aunque en el primer caso tiene que ver más con la violencia y ataques de las que son objeto, que con el papel público que desempeñan en éste u otros ámbitos, afirmó este jueves Clarissa Garay, estudiante de la licenciatura de Estudios Políticos y Gobierno, del [Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades \(CUCSH\)](#) [1] y Coordinadora del estudio “La mujer como tema noticioso”.

Explicó que en el análisis de páginas electrónicas de medios de comunicación, del 18 de octubre de 2021 al 31 de enero de 2022, **sólo 6.2 por ciento de las 2 mil 580 notas revisadas en primeras planas tenían un enfoque de género** o temáticas relacionadas con la mujer; la mayoría de éstas en temas como política, seguridad, economía, salud y cultura.

De ese 6.2 por ciento, la temática de seguridad relacionada con tópicos de género ocupó 47.5 por ciento de las notas, mientras que las de seguridad ocuparon 26.3 por ciento y los temas de economía, 6.9 por ciento. La mayoría de esta información tenía un enfoque nacional y la minoría (44 por ciento) era sobre temas de índole estatal.

Garay dio a conocer que la incidencia de los temas relacionados con el género, en las 733 columnas de las páginas editoriales, fue de 9.3 por ciento, principalmente en el tema de política, ya que aspectos como economía, salud y cultura apenas son abordados en este tipo de piezas periodísticas.

El estudio analizó también dos mil 187 columnas de los medios *NTR Guadalajara, El Informador, Milenio, El Occidental y Mural*, de las cuales **86.5 por ciento fueron escritas por hombres y 13.5 por ciento por mujeres**. El que mayor número de columnas hechas por mujeres tuvo fue *Mural*, con 94 piezas; seguido de *El Informador*, 78 piezas; *NTR* con 77 y *Milenio* con 46 piezas. Los datos de *El Occidental* no se añadieron durante este periodo debido a que hubo dificultades técnicas en su sitio web.

La mayoría de las columnas (28.1 por ciento) estuvieron enfocadas en política, seguido por cultura (26.4

por ciento) y de seguridad (18 por ciento). La mayor parte de las piezas se inscribieron en el ámbito nacional con 65.8 por ciento, y en menor medida en el ámbito local (34.2 por ciento).

“Los datos representan la realidad de lo que podemos observar en las páginas informativas, **que es un ambiente mayoritariamente masculinizado**; es decir, la diferencia es realmente significativa. Sería interesante hacer un análisis más de políticas editoriales de cada periódico, porque no hemos entrado a ese análisis, pero sí hemos encontrado algo a lo que debería dársele seguimiento”, aseguró Garay.

El Jefe del Departamento de Estudios Políticos, doctor Armando Zacarías Castillo, señaló que en **el tema de seguridad lo que más aparece en los medios es lo relacionado con feminicidios**, violencia sexual o hacia la mujer, desapariciones o secuestros, lo que hace que el tema de género esté presente de esta manera en la agenda informativa.

“Ese factor desafortunado es el que coloca el tema de la mujer, porque cuando se ha revisado la información, por ejemplo, en el caso de salud o economía en las noticias, la aparición del tema mujeres es inexistente, en tanto que el tema político convoca muchos elementos y menciones de mujeres, no particularmente que estén proyectando alguna línea política, aunque sí hay casos de gobernadoras o actrices políticas”, indicó.

Detalló que **el estudio se centra en el tratamiento que los medios locales le dan a temas relacionados con las mujeres**, tanto en la primera página como en las demás secciones editoriales, y cómo se establece la agenda política en la prensa escrita. **Los conteos y observación se realizan de manera trimestral** para poder procesar los datos y los avances o retrocesos que puedan verse reflejados.

Zacarías Castillo aseguró que estos resultados son un reflejo tanto de decisiones editoriales de los medios elegidos, como de que **la mujer aún no ocupa puestos clave para la toma de decisiones**, un tema que requiere un análisis más profundo para desmenuzar las causas.

“En lo que se debería de trabajar y profundizar es en buscar los mejores equilibrios que representen de una mejor manera a un sector muy importante de la población, que tiene una participación definitiva en el quehacer social como son las mujeres”, concluyó Zacarías Castillo.

Atentamente

"Piensa y Trabaja"

"2022, Guadalajara, Hogar de la Feria Internacional del Libro y Capital Mundial del Libro"

Guadalajara, Jalisco, 31 de marzo de 2022

Texto: Mariana González-Márquez

Fotografía: Fernanda velazquez

Etiquetas:

[Clarissa Garay](#) [2]

[Armando Zacarías Castillo](#) [3]

URL Fuente:

<https://comsoc.udg.mx/noticia/temas-relacionados-con-las-mujeres-tienen-poco-espacio-en-los-medios-de-comunicacion-d-el-amg>

Links

[1] <https://www.cucsh.udg.mx/>

[2] <https://comsoc.udg.mx/etiquetas/clarissa-garay>

[3] <https://comsoc.udg.mx/etiquetas/armando-zacarias-castillo>