

# Ruth Ainhoa DE FRUTOS-GARCÍA\*

*Indicadores UNESCO de género para medios de comunicación*  
*UNESCO Gender-Sensitive Indicators for Media*

## Resumen

La importancia de las mediciones eficaces con el fin de realizar estudios comparados se ha convertido en una constante para los organismos internacionales en general y de UNESCO en particular. Tras los Indicadores de Desarrollo Mediático (UNESCO, 2008), donde se establecía la perspectiva de género como uno de los dos indicadores transversales junto con la pobreza, UNESCO y la Federación Internacional de Periodistas constituyeron un panel de expertos internacionales para crear indicadores de género para medios de comunicación (UNESCO, 2012). Precisamente por ese motivo, el presente trabajo tiene como objetivo conocer el perfil de estas personas especialistas en el campo de los medios de comunicación y los estudios de género a través de una metodología cuantitativa. Los resultados del estudio permiten obtener, por primera vez, una visión de dichos indicadores a través de las voces expertas.

## Palabras clave

Género; indicadores; medios de comunicación; UNESCO.

## Sumario

1. Introducción. 1.1. Objetivos. 2. De los indicadores de desarrollo mediático a los indicadores de género para medios de comunicación de UNESCO. 2.1. Indicadores con cuestiones de género para medios de comunicación. 3. Metodología 4. Resultados de la investigación. 4.1. Resultados sociodemográficos. 4.2. Elección de los participantes. 4.3. Información preliminar sobre los GSIM. 4.4. Objetivos y características de los GSIM. 4.5. Posible problemática de los indicadores de género para medios de comunicación. 5. Conclusiones. 6. Bibliografía. 7. Notas

## Abstract

The importance of effective measures in order to carry out comparative studies has become a constant for international organizations in general and UNESCO in particular. Following the Media Development Indicators (UNESCO, 2008), which established the gender perspective as one of two transversal indicators, with the other being poverty, UNESCO and the International Federation of Journalists organized a panel of international experts to create the present research analyzes, through a quantitative methodology, the profiles of these aforementioned media and gender studies experts, as well as their individual contributions to their respective field. The results of this study permit, for the first time, a comprehensive look at the various expert voices –as well as their textual contributions– which eventually came together to form the UNESCO's Media Development Indicators.

## Keywords

Gender; Indicators; media; UNESCO.

## Summary

1. Introduction. 1.1. Objective. 2. From Indicators of Media Development to Gender-Sensitive Indicators for Media. 2.1. Gender-Sensitive Indicators for Media. 3. Methodology 4. Research Results. 4.1. Sociodemographic results. 4.2. Election for participants. 4.3. Preliminary Information about the GSIM. 4.4. Objectives and characteristics of GSIM. 4.5. Potential problems of GSIM. 5. Conclusions. 6. References. 7. Footnotes

## 1. Introducción

La crisis mundial ha generado numerosas incertidumbres en los sistemas democráticos. La fortaleza de los mismos se sostiene en la participación de la ciudadanía de forma igualitaria y equitativa. Sin embargo, la desigualdad de las relaciones de poder entre ambos sexos ha colocado a las mujeres en una situación de desventaja y subordinación. Es ineludible, por tanto, enfatizar en la necesidad de trabajar sobre la eliminación de todo tipo de discriminación y, por ello, abordar específicamente el trabajo de tutela y promoción de los Derechos Humanos de las mujeres.

El Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) promueve la equidad de hombres y mujeres través de la transversalización de la perspectiva de género, proceso que conlleva “valorar las implicaciones que tiene para los hombres y las mujeres cualquier acción que se planifique, ya sea que se trate de legislación, políticas o programas, en todas las áreas y en todos los niveles. Es una estrategia para conseguir que las preocupaciones y experiencias de las mujeres, al igual que las de los hombres, sean parte integrante en la elaboración, puesta en marcha, control y evaluación de las políticas y de los programas en todas las esferas políticas, económicas y sociales, de manera que estos puedan beneficiarse de ellos igualmente y no se perpetúe la desigualdad” (Definición adoptada por el Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas, ECOSOC, 1997).

En 1995, el PNUD diseñó dos indicadores para evaluar la igualdad entre hombres y mujeres<sup>1</sup>, dentro de su Informe de Desarrollo Humano (IDH)<sup>2</sup>. Casi dos décadas después, numerosas organizaciones internacionales, regionales y nacionales han desarrollado sus propios sistemas de indicadores para evaluar la situación de la mujer en distintos ámbitos.

De hecho, “promover la igualdad entre sexos y el empoderamiento de la mujer” es el tercer objetivo de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) promovidos por el PNUD. La igualdad de género es no sólo un objetivo en sí mismo, sino también un medio importante para lograr todos los ODM. Según el programa internacional, la crisis financiera iniciada en 2008 y los altos precios de los productos básicos primarios han erosionado los mercados laborales de todo el mundo, afectando especialmente en los conflictos de género.

La igualdad de género es, por tanto, un pilar básico en todo Estado social y democrático de Derecho. En consecuencia, la eliminación de obstáculos entre hombres y mujeres debe consolidarse como una prioridad de todos los poderes, incluido el cuarto. Los medios de comunicación no sólo se convierten en altavoces de mensajes democráticos basados en principios

1 El PNUD creó del Índice de Desarrollo ajustado por Género (*Gender-Related Development Index*, según su definición original en inglés) y el índice de Potenciación de Género (*Gender Empowerment Measure*) a través de los cuales se sitúa a los diferentes países en un ranking de mayor a menor en función de la situación de (des)igualdad de las mujeres. La versión en castellano del segundo corpus de indicadores realizada en los documentos oficiales del PNUD fue desafortunada, al cambiar “empowerment” por “potenciación”, término que no corresponde exactamente con el concepto tratado.

2 En el Informe 2009 se aplicaron las metodologías del IDG y del IPG a nivel mundial para calificar a 155 países por IDG y a 109 países por IPG. Estas medidas, a pesar de todo, tienen sus limitaciones. Según la literatura consultada sobre las restricciones de estos indicadores de género, “the Gender-Related Development Index (GDI) suffers from a range of flaws in its design as well as in its practical application. The Gender Empowerment Measure (GEM), while avoiding some the problems of the GDI, is too narrowly focused on the formal economy and national

*political structures and thereby neglects many important facets of (actual and potential) female empowerment at the local institutional levels and in the grassroots organizational forms" (Bardhan y Klasen, 1999: 985-1010).*

3. "El GMMP es democracia en acción... pone de manifiesto cómo la gente en todo el mundo está apasionada por los medios, por la igualdad de género y críticamente apasionada con la idea de ser agente de cambio" William Bird, *Media Monitoring Africa, Sudáfrica* (GMMP, 2010: vi).

4. El cuarto GMMP ha atestiguado una explosión en cuanto a la participación. Este informe incluye 43 países que son nuevos participantes. La participación se amplió significativamente en África, particularmente con países francófonos. El incremento de países también se dio en Asia, El Caribe, Europa, Oriente Medio, África del Norte y la región Pacífico. Vale la pena destacar en particular el incremento de la participación en países árabes. En el prefacio al informe del GMMP 2005, Anna Turley, anterior coordinadora del Programa de Mujeres de la WACC escribió: "Si brotan [pequeños] avances de una conciencia que considere que la representación actual del género en las noticias es algo que hay que cuestionar, más que darla por sentado, tienen potencial de ser transformadores. El cambio no va a suceder de la noche a la mañana, sin embargo, el GMMP nos acerca un paso más a dicha transformación" (GMMP, 2010: VI).

de igualdad, transparencia, respeto o tolerancia sino que también son el reflejo de la sociedad.

De igual modo, los medios de comunicación juegan un papel fundamental en el escenario de la globalización y facilitan su comprensión por la opinión pública. Así, dicha dinámica democrática "no sería posible sin libre circulación de información, ni los conceptos modernos de cultura y educación se entenderían igual sin la presencia activa del 'periodismo' y, aunque se discute mucho si los medios crean la opinión pública o la siguen y confirman, en el estado actual de la cuestión es innegable que existe una relación circular e interactiva entre ambos fenómenos" (Loscertales, 2009: 19).

El periodismo y los medios se enfrentan a múltiples desafíos en un mundo rápidamente cambiante donde medios nuevos y tradicionales están provocando consecuencias que deben ser tratadas desde la perspectiva de género. En este sentido, "integrar la rendición de cuentas por los medios a la lucha de género e igualdad de género" debe ser un impulso para afrontar los nuevos paradigmas sociales (GMMP, 2010: v; Nosty, 2011: 82 y ss.)

Prueba de ello es que desde 1995, fecha en la que se puso en marcha el primer Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP, según sus siglas en inglés)<sup>3</sup>, bajo la coordinación de la ONG canadiense Media Watch, pionera en observación de los medios, con el apoyo de la WACC entre otras organizaciones, se realizan periódicamente estudios en los que el papel de la mujer en los medios mejora lentamente.

En 2010 el GMMP ya ofreció algunos datos que hacían presagiar la importancia de las mediciones con perspectiva de género<sup>4</sup> en los medios de comunicación. Así, los hombres ocupaban casi el 61.3% de los cargos de alta dirección, mientras que las mujeres eran el 38.7%. Respecto al nivel medio en el cuadro orgánico, los hombres dominaban el porcentaje, con un 63.9% mientras que las mujeres sólo desempeñaban el 36.1% de los cargos. En el área profesional técnica, los hombres poseían el 73.25% de los empleos, mientras que las mujeres apenas rondaban el 26.8% (GMMP, 2010: xi).

Una vez observado el estado de la cuestión, este artículo pretende conocer el mayor intento hasta la fecha de sistematización de indicadores bajo esta perspectiva para los medios de comunicación: *Gender-Sensitive Indicators in Media (GSIM)*, según su nombre en inglés (UNESCO, 2012), a través de las opiniones de las personas que han participado en su elaboración. Basado en la opinión del panel de especialistas creado por la Federación Internacional de Periodistas y UNESCO para la creación de estas herramientas de medición, este estudio tiene dos objetivos básicos.

## 1.1. Objetivos

El primer objetivo de la presente investigación es conocer el perfil y el comportamiento de las voces expertas que han sido elegidas por UNESCO para la creación de los indicadores de género para medios de comunicación: cómo han sido elegidos, cuáles han sido sus motivaciones en dicho proyecto, cuál ha sido su grado de implicación con los principios rectores de la organización internacional, etc.

El segundo objetivo es conocer las características básicas de los propios GSIM a través de las opiniones que sus autores han forjado en los dos años desde 2010 a 2012.

Especialmente a partir de dicha fecha, los indicadores de género para medios de comunicación promovidos por UNESCO se han convertido en el centro del debate de esta organización internacional en diversos foros<sup>5</sup>.

Sin embargo, existe una ausencia de literatura crítica acerca de este tema de gran relevancia en la política internacional sobre comunicación y género.

Desde UNESCO se ha fomentado que periodistas, profesionales relacionados con los estudios de género y de los medios de comunicación colaborasen en la creación de estas herramientas de medición.

De esta manera, en el caso de los profesionales, estos podrían aplicar sus experiencias diarias en las mediciones del rol de la mujer en los medios de comunicación. Por otra parte, los profesionales de esta materia podrían aplicar sus conocimientos teóricos sobre el tema.

Antes de comenzar con el análisis del objeto de estudio propiamente dicho y observando superficialmente las categorías propuestas por UNESCO, se debe evidenciar la existencia de una controversia previa relativa a la asimilación del término género al de mujer.

Si bien en la nomenclatura de categorías de los GSIM no se detecta, esta confusión terminológica no resuelta por UNESCO se identifica en el contenido de los indicadores. Por ejemplo, en el indicador 1.1. hace referencia a la proporción de mujeres propietarias o con puestos de la gestión empresarial en los medios de comunicación (UNESCO, 2012: 22).

En este sentido, este artículo definirá el género como un concepto mucho más amplio (Ferguson ,2012) que tiene que ver con el reconocimiento de determinados grupos de individuos fuera de la lógica heterosexual hombre-mujer de la que habla Butler (2003).

5. Por citar un ejemplo, Alton Grizzle, responsable de los Indicadores de género para medios de comunicación de UNESCO, participó en la Millid Week 2012, congreso organizado en la Universidad Autónoma de Barcelona sobre alfabetización mediática y diálogo Intercultural.

## 2. De los indicadores de desarrollo mediático a los indicadores de género para medios de comunicación de UNESCO

Esta investigación parte de la premisa de que la construcción de un sistema de indicadores de género para medios de comunicación conlleva la finalidad intrínseca de evaluar esta perspectiva en un determinado sistema mediático con el fin de poder implementar políticas públicas de comunicación inclusivas o de mejorar las ya existentes.

En este sentido, la elaboración de un conjunto de indicadores de género (Guzmán y Ríos, 1995) implica, en primer lugar, el desarrollo de un determinado modelo teórico sobre las relaciones de género, que conceptualiza e identifica las áreas más significativas en la producción y reproducción de las desigualdades. Estos autores también indican la importancia de la incorporación de las estadísticas oficiales en la comprensión de dicha dimensión. La identificación de la vulnerabilidad, la contribución de la mujer y la eliminación de los estereotipos son tres de las premisas que se articulan para conformar un sistema eficaz en el que basar el corpus de indicadores de género.

Por su parte, el PNUD afirma que los organismos oficiales deben observar estas diferencias entre hombres y mujeres para responder mejor a las necesidades específicas del derecho a la información (activo y pasivo) de las mujeres y responder a sus deficiencias a través de métodos alternativos. Por ejemplo, la información sobre salud sexual puede ser distribuida a través de medios no convencionales como el teatro o, en el caso de la información sobre los pagos a los centros de salud locales, estos podrían ser explicados en el tablón de anuncios de la clínica, donde la mujer podría leerla directamente.

A nivel internacional, se han identificado numerosos indicadores que tienen en consideración la perspectiva de género. Sin embargo, es importante destacar que se ha producido una adaptación de estos índices internacionales a regiones y naciones específicas, dando respuesta a situaciones más reducidas. Para acotar el campo de estudio, es interesante observar la cronología que ha dado como resultado la publicación de los GSIM en agosto de 2010.

La igualdad de género ha sido siempre una prioridad para UNESCO. Sin embargo, desde la designación de la misma como una de las dos prioridades globales de la organización en su estrategia para los años 2008-2013<sup>6</sup>, el número de publicaciones internacionales y de intentos por visibilizar los derechos de las mujeres ha aumentado. Esta prioridad se basa en dos frentes: (i) programas específicos de género y (ii) colocar los asuntos de género en el centro del debate con acciones en todos los campos de competencia de UNESCO: educación, ciencias, cultura, comunicación e información a todos los niveles<sup>7</sup>. De hecho, los indicadores de género para medios de comunicación no son más que una "extensión"

6. La propia organización ha creado un documento llamado "Plan Prioritario de Igualdad de Género 2008-2013" que proporciona una "hoja de ruta" para traducir esta prioridad en acciones concretas que den resultados para los 6 años que cubre dicha estrategia a medio plazo.

7. UNESCO ha planteado medidas desde la intervención en políticas de desarrollo, a concienciación y apoyo a la investigación, pasando por el reforzamiento institucional de la capacitación y la preparación a las mujeres.

8. Esta publicación fue desarrollada por el PNUD basándose en la creencia de que "el

derecho a la información es fundamental para reforzar los principios democráticos de apertura, transparencia y rendición de cuentas de las sociedades y en la erradicación de la pobreza". Esta guía complementa una publicación anterior, *Practical Guidance Note on Right to Information* que proporciona orientación sobre los enfoques para el diseño y ejecución de programas en este ámbito. La guía establece los principios básicos de la evaluación de programas, centrándose en la evaluación de los resultados.

9. *Women make news*, según su título en inglés, es una iniciativa de promoción de políticas a nivel mundial dirigidas a promover la igualdad de género en los medios de comunicación. El lema del año 2012 "El acceso a los medios de comunicación y la información para las mujeres rurales", hacía hincapié en el intercambio de conocimientos y las políticas y programas para favorecer el acceso en comunidades rurales, además de fomentar las buenas prácticas de radios de servicio público, comerciales y medios comunitarios.

10. El 14 y 15 de abril de 2011, 17 personas en representación de medios de comunicación y organizaciones de estudios de género nacionales, regionales y locales participaron en la primera ronda de consultas de lo que posteriormente se convirtió en el informe *Gender-Sensitive Indicators for Media: Framework of Indicators to Galige Gender Sensitivity in Media Operation and Content* (UNESCO, 2012).

11. Para conocer más sobre los antecedentes de los indicadores de género en medios de comunicación consultar Frutos, R. de (2012): "Estado del arte para la construcción de indicadores de género en los medios de comunicación", en I Congreso Internacional de Comunicación y Género, Universidad de Sevilla y Fundación Tres Culturas, 5-7 marzo 2012. ISBN: 978-84-676-79564.

12. "The GSIM is a non-prescriptive set of indicators (...). An indicator is an instrument which provides information about the status and progress of a specific situation, process or condition. They enable simple, straightforward and accessible knowledge regarding specific phenomenon. They may

(Grizzle, 2012, on line) de los Indicadores de Desarrollo Mediático realizados por UNESCO (2008). Dichas herramientas de medición hacen referencia al *Guide to Measuring the Impact of Right to Information Programmes* (PNUD, 2006) en la que se enumeran diversos aspectos para perfilar dichos indicadores específicos<sup>8</sup>.

La celebración del Día Internacional de la Mujer de 2010 fue un punto de inflexión para el objeto de estudio del presente artículo. UNESCO y un gran número de organizaciones internacionales promovieron la iniciativa "Las mujeres hacen las noticias"<sup>9</sup>, a través de una campaña internacional, con el objetivo de mejorar las prácticas mediáticas y su contenido, apoyándose en la perspectiva de género (UNESCO, 2010). De hecho, dicha iniciativa fue la primera que se posicionó abiertamente sobre la necesidad de indicadores con una perspectiva de género sobre los medios de comunicación. Ello dio como resultado una consulta on-line abierta con la finalidad de obtener información para continuar con la siguiente fase en la elaboración de dichos instrumentos de medición: el borrador.

UNESCO, en colaboración con la Federación Internacional de Periodistas (FIP), organizó en 2011 una consulta a partir del primer borrador para diseñar lo que se convirtió en el segundo y último borrador de los Indicadores de Género para Medios de Comunicación que fueron publicados este año (*Gender-Sensitive Indicators for Media, GSIM*, según sus siglas en inglés)<sup>10</sup>.

Esta segunda versión del borrador fue origen de otra consulta virtual con asociaciones de medios escritos, uniones y asociaciones de profesionales, etc. que, tras observar y revisar el texto, dio como resultado la preparación de la versión final del documento.

## 2.1. Indicadores de género para medios de comunicación

Los GSIM deben convertirse, según UNESCO (2011, 2012) en herramientas específicas diseñadas para aumentar el acceso y la protección de la perspectiva de género en los medios de comunicación<sup>11</sup>.

Tal y como se describe en el informe, los GSIM no se constituyen como un conjunto no prescriptivo de indicadores<sup>12</sup> (UNESCO, 2012: 16). Dicho lo cual, pretenden ayudar a las organizaciones de medios de comunicación y a los profesionales de la información a aumentar la perspectiva de género en los medios, entendiéndola como la participación equitativa de las mujeres en las estructuras mediáticas, pero también en los contenidos.

be simple or complex, depending on whether they are a set of specific and precise data of the result of a number of simple indicators gathered together" (Comisión Europea, 2009: 51).

*"The aim of the Gender-Sensitive Indicators for Media is to contribute to gender equality and women's empowerment in and through media of all forms, irrespective of the technology used"* (UNESCO, 2012: 14).

Para el diseño de esta serie de indicadores se han tenido en cuenta las siguientes características básicas: 1. Completa, pero no exhaustiva; 2. No alberga un enfoque prescriptivo; 3. Factores de insumos, procesos y resultados; 4. Recolección de datos cualitativos y cuantitativos; 5. El papel de las asociaciones profesionales y grupos de la sociedad civil (Grizzle, 2012; online).

Otra de las características técnicas de los mismos tiene que ver con su división en dos grandes categorías: acciones para fomentar la igualdad de género dentro de la organización de medios (UNESCO, 2012: 21 y ss.) y representación del género en el contenido de los medios de comunicación (ídem: 39 y ss.). Además, cabe destacar las cinco dimensiones que se estudian: grupos de usuarios, esferas o áreas de especial preocupación, objetivos estratégicos, indicadores y medios de verificación (Grizzle, 2012: online).

Dentro de la categoría A, acciones para fomentar la igualdad de género dentro de la organización de medios, se distinguen cinco bloques: equilibrio de género en la toma de decisiones; la igualdad de género en el trabajo y en las condiciones laborales; la igualdad de género en los sindicatos, las asociaciones y organizaciones de periodistas, de otros profesionales de los medios de comunicación y de los organismos de autorregulación de los medios; la existencia de códigos éticos y/o políticas editoriales en favor de la igualdad de género en el contenido de los medios de comunicación promovidos por las organizaciones de los medios de comunicación y el equilibrio de género en la educación y la formación.

Respecto a la categoría B, representación del género en el contenido de los medios de comunicación, ésta se subdivide en dos grandes bloques: representación de los géneros en las noticias y temas de actualidad y representación de los géneros en la publicidad.

### 3. Metodología

Si bien resulta meridianamente notoria la creación de instrumentos para medir diversos aspectos de los entornos mediáticos: transparencia<sup>13</sup>, libertad de expresión, género..., no menos imperativo es conocer las percepciones de las personas que participan en la creación de dichas herramientas y que pueden afectar directamente a la naturaleza de las mismas. ¿Cuál es el perfil de las personas que participan de la creación

13. "La transparencia, la 'luz y taquígrafos' del viejo debate político, aparece como objetivo de un tiempo que, ya mucho antes de iniciarse la crisis, se definía como el de la sociedad de la información" (Nosty, 2011: 50).

14. Estas cuestiones son muy similares a las que desde las ciencias sociales (sociología, antropología y estudios de comunicación social) motivaron el análisis de la expansión de Internet (Wellman et al., 2003: 18; Wellman y Hogan, 2004: 19; Garrido, 2006: 20).

15. Siguiendo a Wimmer y Dominick (1996), se ha elegido una muestra no probabilística, que representa un subgrupo de la población de todos los especialistas que han definido o aplicado indicadores que se considera representativo, ya que son expertos que cumplen con los criterios exigidos para participar en la investigación y han mostrado interés por la misma.

de estos indicadores? ¿Cuáles son sus experiencias profesionales previas a la realización de estos informes? ¿Cuál es su percepción sobre estas herramientas de medición? ¿Qué autocrítica realizan a su labor en la creación de los GSIM? ¿Cuáles son los puntos fuertes y débiles que las voces expertas observan en el transcurso de su trabajo?

Si estas cuestiones resultan relevantes para otras esferas de los sistemas mediáticos<sup>14</sup>, como puede ser la entrada de los periodistas en el mundo digital, pueden ser extrapolables a otros aspectos del entorno mediático (Palomo y Meso, 2009: 104). Por todo ello, este estudio responde a la necesidad de conocer la percepción de las voces especialistas que trabajaron en los GSIM sobre los mismos y analizar el perfil de dichas personas a través de un panel de expertos.

Frente a la ausencia de investigaciones previas sobre el objeto de estudio es necesaria la aplicación de un diseño metodológico sencillo, que sea capaz de evaluar la complejidad de la naturaleza de los indicadores de forma estructurada, por lo que se ha optado por la aplicación de un cuestionario.

Una vez determinado el universo del estudio, las personas expertas en ciertos ámbitos elegidas por UNESCO para la elaboración de los indicadores de género para medios de comunicación, se diseñó un cuestionario on-line, que se hizo llegar a cada uno de los especialistas que aceptaron participar en la presente investigación por mediación del responsable del área en UNESCO, Alton Grizzle. Durante junio, julio y septiembre de 2012 se realizó una serie de envíos de correos electrónicos invitando a las diferentes personas a colaborar en la investigación y, una vez aceptada la petición, se les facilitaba un usuario para poder acceder al cuestionario online que podía ser respondido en 10 minutos.

Es necesario puntualizar que algunas de las personas que aceptaron participar no llegaron a entrar en la plataforma virtual para rellenar el cuestionario, por lo que no se han considerado las opiniones vertidas por correo electrónico sobre los GSIM. Por ello, existe una brecha entre el número de envíos (16) y el número de personas que finalmente componen la muestra no probabilística<sup>15</sup> (7) de este trabajo de investigación (Tabla 1).

**Tabla 1: Configuración de las personas que configuraron el panel**

Nº de personas expertas	Aceptación de participación en el estudio	Cuestionarios recibidos
16	11	7

Fuente: Elaboración propia

En este sentido, tanto el universo como la muestra fueron objeto de un censo a principios de mayo y otro revistado a finales de septiembre de 2012 (Tabla 2). Estos censos sirvieron para observar que las personas que participaron en las primeras reuniones promovidas por UNESCO no se correspondían exactamente con aquellas que colaboraron en la elaboración de los documentos finales. Este ligero cambio en los componentes del grupo de expertos, evidenciado en la segunda fase de borrador de los GSIM, puede ser debido a suplencias o al aumento del número de voces expertas que querían participar en el proceso (Tablas 1 y 2).

**Tabla 2: Modificaciones en el grupo de personas especialistas que colaboraron en la elaboración de los GSIM**

Miembros del primer grupo de personas expertas GSIM		Miembros del grupo final de personas expertas GSIM	
Florentina Cardozo	Gender-Co-ordinator, Federation of Latin American and Caribbean Journalist (FEPALC)	Florentina Cardozo	Gender-Co-ordinator, Federation of Latin American and Caribbean Journalist (FEPALC)
Silvia Chocarro	Associate Expert, International Programme for the Development of Communication (IPDC), Division for Freedom of Expression and Media Development, UNESCO	Silvia Chocarro	Associate Expert, International Programme for the Development of Communication (IPDC), Division for Freedom of Expression and Media Development, UNESCO
Amie Joof	Journalist and Director, Inter Africa Network for Women, Media, Gender and Development (FAMEDEV) Dakar	Amie Joof	Journalist and Director, Inter Africa Network for Women, Media, Gender and Development (FAMEDEV) Dakar
Hamida El Bour	Media Professor, Institut de Presse et des Sciences de l'Information, Tunisia	Hamida El Bour	Media Professor, Institut de Presse et des Sciences de l'Information, Tunisia
Pamela Morinière	Gender, Projects and Authors' Rights Officer, International Federation of Journalists (IFJ), Belgium	Pamela Morinière	Gender, Projects and Authors' Rights Officer, International Federation of Journalists (IFJ), Belgium
Leanda Barrington-Leach	Communications and Media Officer, European Women's Lobby	Leanda Barrington-Leach	Communications and Media Officer, European Women's Lobby
Lavinia Mohr	Programmes Director, World Association for Christian Communication (WACC)	Lavinia Mohr	Programmes Director, World Association for Christian Communication (WACC)

Lisa, Williams-Lahari	Pacific Media Freelancer, Founding member, Pacific WAVE Media Network, Honiara, SOLOMON ISLANDS	Lisa, Williams-Lahari	Pacific Media Freelancer, Founding member, Pacific WAVE Media Network, Honiara, SOLOMON ISLANDS
Yuklan Wong	Campaigns and Projects Officer, International Federation of Journalists (IFJ), Belgium	Yuklan Wong	Campaigns and Projects Officer, International Federation of Journalists (IFJ), Belgium
Wouter Gekiere	European Affairs Adviser, European Broadcasting Union, Belgium	Wouter Gekiere	European Affairs Adviser, European Broadcasting Union, Belgium
Nejiba Hamrouni	Journalist, CAWTAR	Margaret Gallagher	Researcher and writer, United Kingdom
Rosa Alfaro	Researcher	Leanda Barrington-Leach	Communications and Media Officer, European Women's Lobby (EWL)
Alton Grizzle	Programme Specialist Section for Media and Society, Division for Freedom of Expression and Media, UNESCO	Alton Grizzle	Programme Specialist Section for Media and Society, Division for Freedom of Expression and Media, UNESCO
Ammu Joseph	Journalist, Bangalore	Ammu Joseph	Journalist, Bangalore
Danny Glenwright	GenderLinks	Saenna Chingamuka	GenderLinks
Hilary Nicholson	Women's media Watch	-	-

Fuente: Elaboración propia

El cuestionario se suministró en dos idiomas, inglés y español, para garantizar la integridad, fiabilidad y comparación de las respuestas.

Con respecto a la estructura de la herramienta metodológica, se buscaba el mayor control posible sobre las respuestas de los informantes para facilitar su posterior registro y análisis. De hecho, el cuestionario tenía preguntas muy precisas, predominantemente de respuesta cerrada dado que se era consciente de la dificultad inherente a este tipo de investigaciones realizadas con personas especialistas de prestigio internacional.

Siguiendo dicha filosofía, en la mayoría de los casos se exigía respuesta única y, en menor medida, múltiple, finalizando el cuestionario con una pregunta semiabierta. Además, el cuestionario fue dividido en 5 apartados. El primer bloque estaba dirigido a averiguar cuál era el perfil de la persona que trabajaba en los indicadores GSM y se organizaba, a su vez, en seis preguntas. A continuación, cuatro cuestiones abiertas componían el segundo bloque que hacía referencia a la elección de los participantes. Posteriormente, los apartados 3, 4 y 5 tenían relación con el contenido de los indicadores de género para medios de comunicación.

**Tabla 3: Datos sociodemográficos**

Personas expertas	Sex	Entity you belong to	Position in the organisation
Experta 1	Female	International Federation of Journalists	Campaigns and projects officer
Experta 2	Female	Independent journalist	N.A.
Experto 3	Male	European Broadcasting Union	European affairs adviser
Experta 4	Female	WACC World Association for Christian Communication	Director of Programmes and Deputy General Secretary
Experto 5	Male	European Broadcasting Union	European affairs adviser
Experta 6	Mujer	Federación de Periodistas de América Latina y el Caribe Fepalc	Gender adviser
Experta 7	Female	European Women's Lobby	Communications and media officer

Fuente: Elaboración propia

Una vez diseñado el cuestionario, se realizó un pretest el 14 junio de 2012 con el objetivo de confirmar que las preguntas fueran adecuadas y comprensibles, así como para observar que la plataforma virtual funcionase correctamente.

## 4. Resultados de la investigación

### 4.1. Resultados sociodemográficos

La primera parte del cuestionario se centra en la definición de los perfiles sociodemográficos de los informantes, en este sentido, cinco de las personas que participaron en la elaboración de los GSIM son mujeres y dos son hombres. Es importante destacar que todos los componentes del equipo de creación de los GSIM tienen experiencia en el campo de la comunicación y que, si bien algunos no especifican la duración de la misma, otros lo valoran como un aspecto a su favor.

Este es el caso de la experta 2 (mujer, periodista independiente), lleva trabajando "37 years" mientras que la experta 4 (mujer, WACC World Association for Christian Communication) explica pormenorizadamente su experiencia profesional: "*Director of community radio station early 1980s; co-founder of World Association of Community Radio Broadcasters, General Secretary of Videazimut, an international coalition on audiovisual for democratic communication; 9 years Director of Programmes WACC*".

A priori, que el número de mujeres sea mayor que el de hombres podría afectar a los resultados, pudiendo haber sido utilizado por la propia organización para enfatizar el papel de ellas en la creación de los indicadores GSIM. Si bien podría

considerarse un dato neutro, es evidente que si el colectivo femenino estuviese infrarrepresentado hubiese sido un fenómeno llamativo, por lo que su hiperrepresentación, del mismo modo, merece una mención específica en este estudio.

A todas las voces expertas se les ha preguntado por su experiencia no sólo en el campo comunicacional sino también en los estudios de género.

En este ámbito, los dos hombres que participan en la elaboración de los GSIM no tienen experiencia previa. Sin prejuicio de sus nutridas carreras profesionales, es llamativo que, de las personas que han respondido, los únicos que no han tenido ninguna experiencia en estudios de género son el experto 3 (hombre, *European Broadcasting Union*) y el experto 5 (hombre, *European Broadcasting Union*).

Sin embargo, otras especialistas en el tema manifiestan claramente sus conocimientos y, en sendos casos, son mujeres: *"I'm not an academic but have been doing research on gender & media (in my own way) for about 25 years"* (Experta 2, mujer, periodista independiente) o *"Prog Director of Media and Gender Justice Programme of WACC including Global Media Monitoring Project"* (Experta 4, mujer, WACC World Association for Christian Communication).

Al preguntar a las personas informantes sobre cómo llegaron a ser miembros del panel de expertos, una no ha respondido mientras que seis han explicado que su participación en la elaboración de los GSIM se debe a la misma razón.

Por citar un ejemplo, la especialista 2 (mujer, periodista independiente) responde: *"if you mean the group that worked on the GSIM, I suppose I became a member when IFJ asked me to work on the preliminary draft indicators, along with another expert. Our drafts were then discussed at a meeting with gender & media experts from different parts of the world and a second draft emerged from the discussions at that meeting"*. Por su parte, la experta 6 (mujer, Federación de Periodistas de América Latina y el Caribe Fepalc) responde: *"en representación de FEPALC en calidad de experta en género y por invitación de Beth Costa secretaria general de FIP"*.

Se podría presumir, por tanto, que la participación en el proyecto de GSIM depende directamente de una invitación de la FIP, desconociéndose si ésta se ha realizado a través de un estudio previo reglado, de forma discrecional o se han seleccionado a dichas personas simplemente por razones de agenda o contacto personal.

Considerando que la rendición de cuentas debería ser una de las líneas prioritarias de una organización de la naturaleza de UNESCO, llama la atención que el proceso de selección del personal que elaboró los GSIM no sea, a priori, reglado y se

produzca por una mera invitación de un tercer organismo, como es la Federación Internacional de Periodistas.

#### 4.2. Elección de los participantes

Llegados a este punto, es pertinente ahondar en la naturaleza del proceso para su elección, así como los criterios y la cualificación específica sobre GSM que tienen las personas que han participado en su elaboración.

A la pregunta específica sobre los criterios de elección de los participantes cada informante responde de diferente forma, por lo que se presupone que no hay un criterio único y/o definido.

De hecho, de las siete personas que componen el panel, tres no responden, una reconoce que desconoce los criterios de selección y otra señala que no existió ningún tipo de proceso selectivo sino que fue invitada directamente a participar.

Sobre este tema, la experta 1 (mujer, *International Federation of Journalists*) responde que la eligieron: “*based on experience, organisation, geographical representation, journalism/media background related to gender, and the gender work they have done in the field*”; afirmación similar a la de la experta 4 (mujer, *WACC World Association for Christian Communication*) quien explica “*knowledge of and involvement in gender and media issues*”.

Sin embargo, la experta 2 (mujer, periodista independiente) cree que no hubo ningún criterio específico tomado como referencia para su selección: “*There was no election. I was invited by IFJ to prepare the first draft (along with a colleague)*”.

Por su parte, la experta 6 (mujer, Federación de Periodistas de América Latina y el Caribe Fepalc) explica que “lo desconozco. No obstante, creo que el criterio fundamental fue la experticia de los/as participantes en el tema de género y periodismo”.

Por tanto, se corrobora la premisa de que no existían criterios previos para la elección de las personas que elaboraron los GSM entre 2010 y 2012, lo cual afecta directamente a la propia naturaleza de los indicadores.

Ahondando en este argumento para intentar esclarecer las cuestiones relativas a la formación del grupo de trabajo, la heterogeneidad de las respuestas es notoria. En este sentido, vuelve a llamar la atención que tres personas no respondan a dicha cuestión mientras que el resto lo hace de forma diferente.

Por ejemplo, la experta 1 (mujer, *International Federation of Journalists*) habla de que “*they are asked to get involved voluntarily*”, mientras que la experta 4 (mujer, *WACC World*

Association for Christian Communication) afirma: "In my understanding, UNESCO and IFJ discussed together who to invite to form the group".

Es especialmente esclarecedora la declaración de la experta 6 (mujer, Federación de Periodistas de América Latina y el Caribe Fepalc) "fue claro que el grupo de expertos/as fue conformado por personas representantes de varias regiones del mundo, en su mayoría mujeres con experiencia en el tema de la consulta".

Al preguntar por la cualificación personal, cuatro de las voces especialistas relacionan su participación en el grupo con su elevado nivel de conocimientos.

Tal es el caso de la experta 1 (mujer, *International Federation of Journalists*) quien expone: "they are gender experts in their field, e.g. communications, journalism, policy, community building" o la experta 4 (mujer, WACC *World Association for Christian Communication*): "most have been involved in research and advocacy about gender and media issues".

En esta línea responde la experta 6 (mujer, Federación de Periodistas de América Latina y el Caribe Fepalc) quien expone que "entre los/as integrantes del grupo había periodistas, académicos/as y comunicadores, todos/as de un alto nivel y con una gran experiencia que resultó ser muy relevante para la elaboración de los indicadores".

En resumen, si bien la mayor parte de las personas objeto de estudio gozan de una formación elevada en estos temas y creen que este ha sido el factor determinante que les ha llevado a formar parte del grupo de especialistas, algunos muestran claras deficiencias en su formación sobre género.

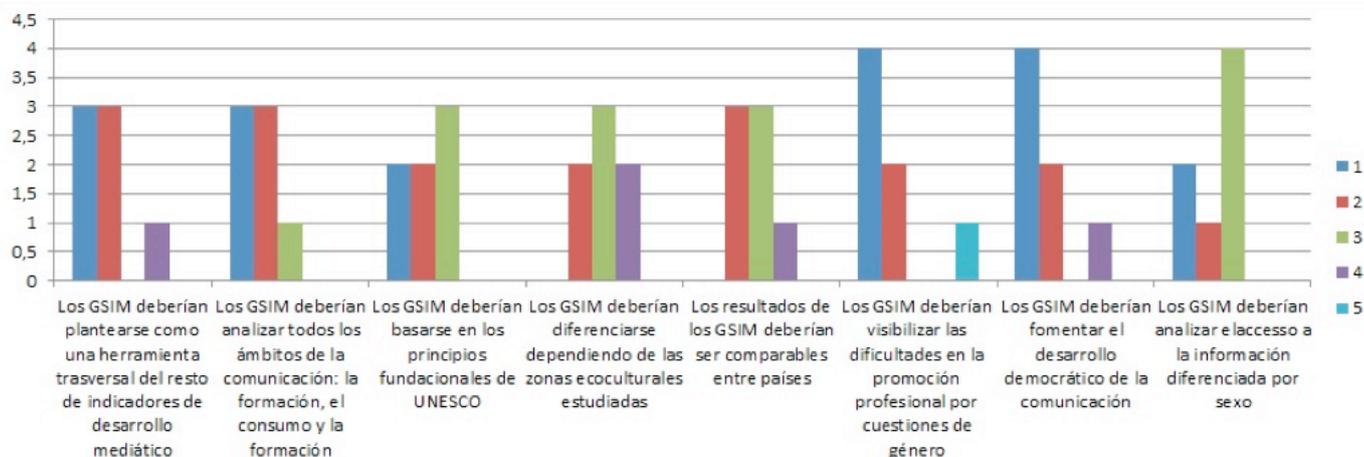
Además, no existen datos sobre los criterios de selección de dichas personas puesto que la mayoría simplemente han aceptado una invitación realizada por la FIP.

Sin bien este hecho muestra un interés de dicha organización, y de la propia UNESCO, por la realización de los GSIM, se contraponen con el desiderátum de transparencia que sendas instituciones deberían promover en todas sus iniciativas, incluyendo en la selección de personal para la realización de herramientas de medición tan importantes para la realización de políticas públicas de comunicación como los indicadores de género para medios.

#### **4.3. Información preliminar sobre los GSIM**

La segunda parte del cuestionario, estructurada en ocho preguntas, hace referencia al grado de acuerdo de las personas que participaron en la elaboración de los GSIM sobre la naturaleza de los mismos. Las voces expertas podían elegir entre 1, totalmente de acuerdo y 5, totalmente en desacuerdo.

**Gráfico 1: ¿Cuál es su opinión sobre los siguientes argumentos relacionados con los GSIM? (Siendo 1 totalmente de acuerdo y 5 totalmente en desacuerdo)**



Fuente: Elaboración propia

El análisis de la primera pregunta sobre si deberían plantearse los GSIM como una herramienta transversal del resto de indicadores de desarrollo mediático muestra que seis de las voces expertas están completamente de acuerdo, mientras que sólo una le da una importancia relativa (Gráfico 2).

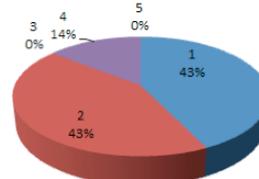
Es evidente, por tanto, que la mayor parte de las personas que han participado en este estudio consideran que la medición del género debería ser transversal a cualquier tipo de medición sobre los sistemas mediáticos.

Sin embargo, en la mayoría de los casos este tipo de herramientas se constituyen como corpus independientes (tal es el caso de los propios GSIM o de otros corpus de indicadores como los utilizados en el GMMP) y difícilmente pueden ser herramientas que mejoren otros indicadores que no abordan la perspectiva de género.

Por citar un ejemplo, podría ser interesante evaluar cómo afecta el género a la alfabetización mediática o a los casos de vulneraciones del derecho a la libertad de expresión implementando los GSIM a otro tipo de indicadores de dicha naturaleza.

**Gráfico 2: Información preliminar sobre los GSIM**

**Los GSIM deberían plantearse como una herramienta transversal del resto de indicadores de desarrollo mediático**



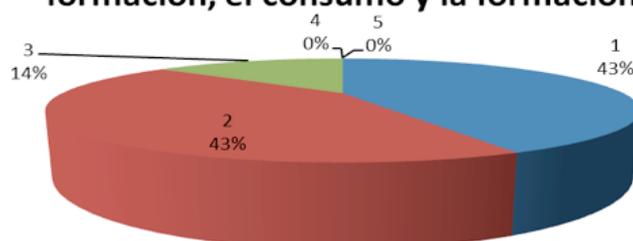
Fuente: Elaboración propia

Con respecto a si los GSIM deberían incluir o analizar todos los ámbitos de la comunicación: formación, consumo y producción, todas las personas que conforman la muestra están de acuerdo en mayor o menor medida. En este caso, las respuestas pueden relacionarse directamente con la estructura de los indicadores que generaron la creación de los GSIM, los Indicadores de Desarrollo Mediático que contemplaban esas tres ramas de la comunicación (UNESCO, 2008: 4-5) (Gráfico 3).

De hecho, se ha producido una incorporación de dos de los tres ámbitos en la estructura de los GSIM a través de la subcategoría A.5. Igualdad de género en la educación y la formación (formación) (UNESCO, 2012: 35) y A.4. Códigos éticos y políticas de igualdad de género promovidas por las organizaciones mediáticas (producción) (UNESCO, 2012: 33). Sin embargo, cabe destacar que en los indicadores no se aborda el tema del consumo desde la perspectiva de género.

**Gráfico 3: Datos resultantes de las pregunta 2 del bloque 3**

**Los GSIM deberían analizar todos los ámbitos de la comunicación: la formación, el consumo y la formación**

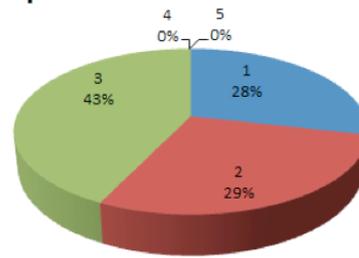


Fuente: Elaboración propia

Realizando un análisis crítico de las respuestas obtenidas al preguntar sobre si los GSIM deberían basarse en los principios fundacionales de UNESCO, se podría concluir que, si bien los valores de la organización internacional se han tenido en cuenta para la elaboración de los instrumentos de medición, dichos principios han tenido un valor relativo. Dicho fenómeno es representativo, puesto que hasta los valores fundacionales de una organización pueden estar supeditados a la propia naturaleza de las herramientas de medición objeto de estudio puesto que sus características dependen, en última instancia, de la opinión de las personas que las elaboran.

**Gráfico 4: Datos resultantes de las pregunta 3 del bloque 3**

**Los GSIM deberían basarse en los principios fundacionales de UNESCO**



Fuente: Elaboración propia

16. El principio de ecoculturalidad se basa en el establecimiento de una estructura de organización supranacional en la que los países que la conforman tienen rasgos comunes, según definen autores como Vidal Beneyto (2006) y Díaz Nosty (2010:11).

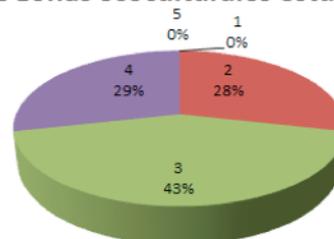
La cuarta cuestión evalúa si los GSIM deberían diferenciarse dependiendo de la zona eco-cultural<sup>16</sup> estudiada. Los resultados son llamativos ya que, por primera vez, la balanza está inclinada hacia una posición negativa. De hecho, todas las personas expertas inciden en que no deberían estar diferenciadas, aunque muestran matizaciones en sus respuestas. Tres personas apuntan que están en desacuerdo, mientras que dos están relativamente en desacuerdo y otras dos están totalmente en contra de cualquier tipo de distinción por zonas ecoculturales (Gráfico 5).

Si bien hay una corriente de especialistas que considera que los indicadores deben ser diferentes dependiendo de las circunstancias de cada sistema mediático, las voces expertas que han participado en la creación de los GSIM opinan lo contrario, probablemente porque la finalidad de dichos indicadores sea la elaboración de estudios comparados o series históricas que permitan ver la evolución de cada entorno a lo largo del tiempo.

De ser así, estas herramientas de medición perderían su razón de ser, al consolidarse como meros instrumentos descriptivos de realidades mediáticas no comparables y, por tanto, difícilmente útiles para la realización de políticas públicas de comunicación eficientes.

**Gráfico 5: Datos resultantes de las pregunta 4 del bloque 3**

**Los GSIM deberían diferenciarse dependiendo de las zonas ecoculturales estudiadas**



Fuente: Elaboración propia

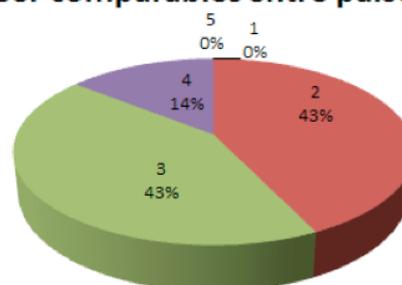
Para contrastar dicha premisa, la siguiente pregunta hace referencia a si los GSIM deben ser homologables en todos los países. Ante tal cuestión, seis personas eligieron las respuestas 3 y 2, por lo que no tienen ideas extremas sobre este punto (Tabla 9) sino más bien cautas, lo que representa una tendencia al inmovilismo.

Es importante recordar con los Indicadores de Desarrollo Mediático de UNESCO, germen del objeto de estudio de la presente investigación, también presentan controversias al respecto ya que en ellos se hace referencia explícita a que no sirven para realizar estudios comparados.

Como se especifica en el informe “debe anotarse que estos indicadores no están diseñados para realizar un análisis longitudinal en el tiempo, ni tampoco para comparar entre diferentes países; son una herramienta analítica diseñada para ayudar a las/los actores a evaluar el estado de los medios de comunicación social y medir el impacto de los programas para desarrollo mediático” (UNESCO, 2008: 5).

**Gráfico 6: Datos resultantes de las pregunta 5 del bloque 3**

**Los resultados de los GSIM deberían ser comparables entre países**



Fuente: Elaboración propia

Los GSIM deberían visibilizar las dificultades en la promoción profesional de las mujeres es el enunciado de la siguiente cuestión planteada, con la que cuatro personas se mostraron completamente de acuerdo, dos muy de acuerdo y solo una rebatía esta idea.

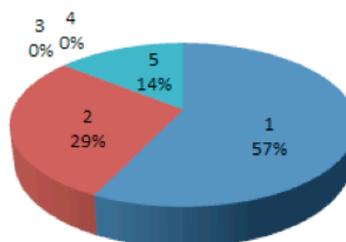
Este pensamiento mayoritario ha influido claramente en el contenido de los indicadores ya que en la categoría A de los GSIM “Acciones para fomentar la igualdad de género dentro de la organización de los medios de comunicación” existe una subcategoría específica al respecto “A.2. La igualdad de género en el trabajo y las condiciones laborales” (Gráfico 7).

Por tanto, se corrobora que las opiniones de las voces expertas sobre determinados temas no solo afectan al espíritu de los indicadores, sino a su propia naturaleza, incorporándose

subcategorías específicas sobre los temas que son de su interés y obviándose aquellos que no responden a su imaginario.

**Gráfico 7: Datos resultantes de las pregunta 6 del bloque 3**

**Los GSIM deberían visibilizar las dificultades en la promoción profesional por cuestiones de género**



Fuente: Elaboración propia

17. "Este enfoque de apoyar al desarrollo mediático se vincula claramente con el potencial de los medios para fortalecer procesos democráticos que sean participativos, transparentes y con rendición de cuentas, tomando en cuenta a todos los actores/as de la sociedad. La evidencia muestra que un entorno mediático libre, independiente y pluralista es imprescindible para fomentar la democracia". (UNESCO, 2008, p. V)

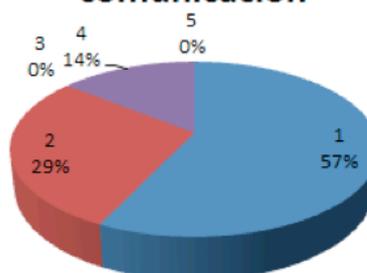
La penúltima pregunta de este bloque hace referencia a si los GSIM deberían fomentar el desarrollo democrático de la comunicación y seis voces expertas eligieron las dos respuestas más cercanas al completamente de acuerdo (Gráfico 8).

Una vez más, estas contestaciones están directamente relacionadas con el impulso que dieron los Indicadores de Desarrollo Mediático al nacimiento de los GSIM y su importancia relativa en la medición de los distintos entornos mediáticos.

De hecho, si consideramos estos indicadores como una extensión de los IDM, estos en su introducción<sup>17</sup> y en su categoría 3 hacen referencia a los medios como plataforma para el discurso democrático (UNESCO, 2008: 33).

**Gráfico 8: Datos resultantes de las pregunta 7 del bloque 3**

**Los GSIM deberían fomentar el desarrollo democrático de la comunicación**



Fuente: Elaboración propia

18. El Tribunal Europeo de Derechos Humanos lo reconoce en sus sentencias *Társaság a Szabadságjogokért vs Hungary* y *Kenedi vs Hungary*; El Comité de Derechos Humanos de las Naciones Unidas reconoce en sus observaciones generales sobre el artículo 19; la Corte Interamericana de derechos humanos también reconoció en la sentencia del Caso *Claude-Reyes*, en la que la libertad de información incluye a libertad de recibir información y también de buscarla.

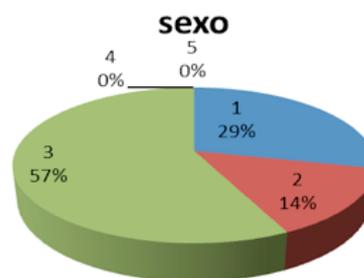
Por último, las personas expertas no están de acuerdo con que en los GSIM esté previsto que se analice el acceso a la información diferenciado por sexo (Gráfico 9).

Sin embargo, el derecho de acceso a la información es un derecho reconocido a nivel internacional<sup>18</sup> como un derecho fundamental (Access Info Europe, 2011 y 2013), parte inherente a la libertad de expresión. El hecho de que la totalidad de las personas respondan aludiendo a una baja importancia de este factor hace dudar de su respuesta anterior, en la que se apuntaba a la comunicación como plataforma para el discurso democrático.

En este sentido, los indicadores no pueden servir como baluartes del desarrollo democrático si no pueden observar situaciones de vulneración del derecho de acceso a la información por razón de sexo.

**Gráfico 9: Datos resultantes de las pregunta 8 del bloque 3**

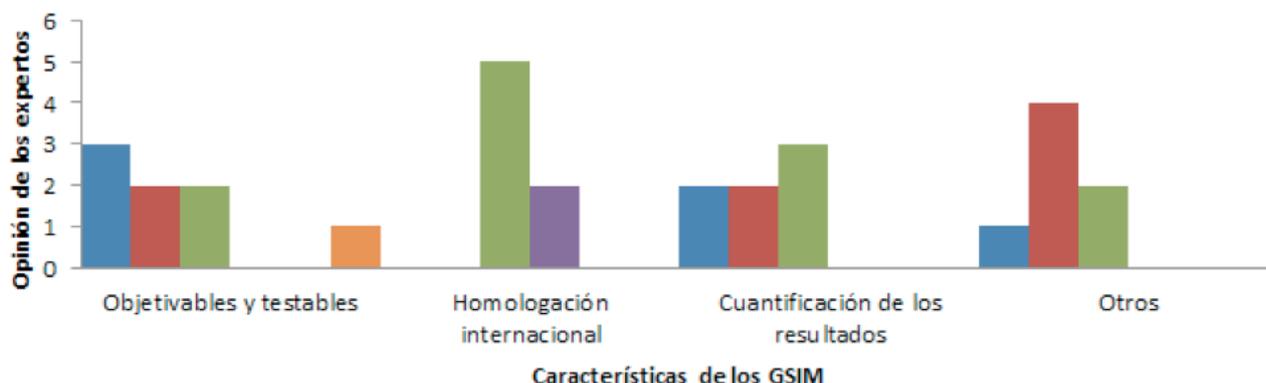
**Los GSIM deberían analizar el acceso a la información diferenciada por**



Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 10: Datos resultantes de bloque 4**

**Opiniones de las voces expertas respecto a las características de los GSIM**

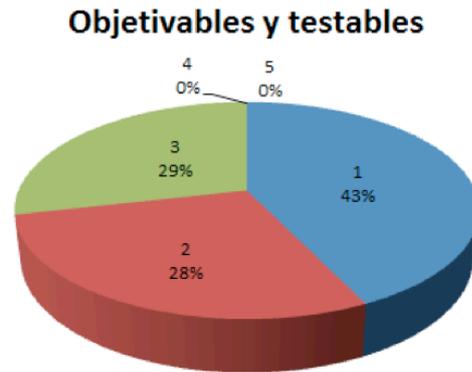


Fuente: Elaboración propia

#### 4.4. Objetivos y características de los GSIM

Una vez que las voces expertas han expuesto sus opiniones acerca de los indicadores de género para medios de comunicación y su importancia como herramientas de medición de diversos aspectos, se les pregunta sobre las características específicas de los GSIM (Gráfico 10).

**Gráfico 11: Datos resultantes de la pregunta 1 del bloque 4**

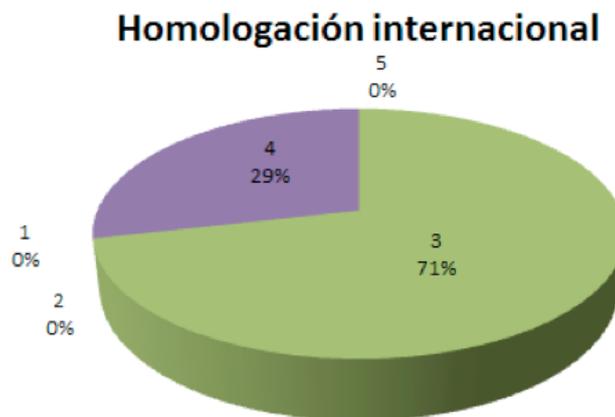


Fuente: Elaboración propia

La primera pregunta del bloque 4 hace referencia a si los indicadores GSIM deberían ser objetivables y contrastables. Al respecto, todas las personas especialistas están de acuerdo, en mayor o menor medida con dicha afirmación, eligiendo mayoritariamente las respuestas 1 y 2 (Gráfico 11).

Si bien esta característica es meridianamente evidente para instrumentos que tienen como objetivo la realización de estudios comparados, llama la atención que los GSIM no se constituyan como tales, dando como resultado imágenes estáticas del género en los distintos sistemas mediáticos sin poder compararlas entre sí ni en periodos históricos diversos.

**Gráfico 12: Datos resultantes de la pregunta 2 del bloque 4**



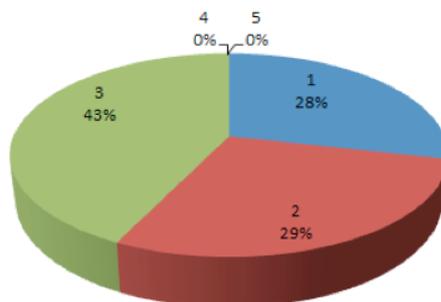
Fuente: Elaboración propia

La totalidad de las voces expertas eligieron las opciones intermedias en relación a la homologación internacional de los resultados obtenidos de los GSIM (Gráfico 12).

Por tanto, se podría decir que ésta no es una prioridad para las personas que han participado en la construcción de indicadores de género para medios de comunicación. Una vez más, esta postura es controvertida al evitarse, a través de esta naturaleza, la comparación de sistemas mediáticos y del mismo entorno a lo largo del tiempo.

**Gráfico 13: Datos resultantes de la pregunta 3 del bloque 4**

**Cuantificación de los resultados**



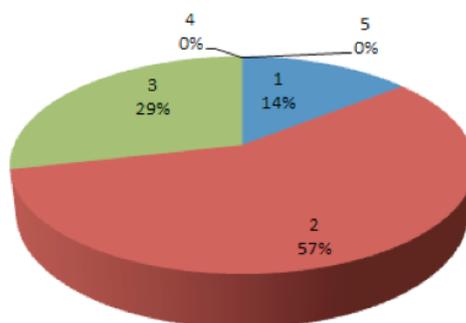
Fuente: Elaboración propia

Sobre la cuantificación de los resultados, el conjunto de las personas que participaron en este estudio muestran su opinión favorable a la cuantificación, eligiendo las respuestas 3 y 1 (Gráfico 13).

Por último, cuatro de las voces expertas están de acuerdo con la incorporación de nuevos indicadores, aunque no especifican cuáles. La dificultad para delimitar futuros índices es una constante en todo tipo de estudios de indicadores para medios de comunicación y puede ser objeto de una futura investigación (Gráfico 14).

**Gráfico 14: Datos resultantes de la pregunta 3 del bloque 4**

**Otros**



Fuente: Elaboración propia

#### 4.5. Posible problemática de los indicadores de género para medios de comunicación (GSIM)

Derivado de la complejidad de la evaluación de los sistemas mediáticos a través de indicadores eficaces, la última parte del cuestionario invita a las personas que han participado en la elaboración de los GSIM a dar su opinión sobre este problema (Tabla 4).

Utilizada como pregunta de control, estos resultados evidencian aún más que la falta de consenso y de voluntad sobre si los GSIM deberían implementarse para la mejora de políticas públicas de comunicación basándose en la realización de estudios comparados espacial y temporalmente.

**Tabla 4: Respuesta de las voces expertas**

Nº dado a las personas expertas	Respuesta	Motivación
1	Sí	Because it will provide a benchmark in terms of working conditions and representation of women who are working in the media.
2	No	As far as I have understood the main purpose of the GSIM is to enable media houses to evaluate their own situation vis a vis gender balance among their professional staff (at various levels) and in their content. The idea is to encourage them to keep tabs on how they are doing in terms of achieving gender balance and motivate them to improve their own records. I'm an
3	-	-
4	No	The GSIM are meant for use by media decisions makers, media professionals and citizen advocates to characterise performance in gender equality in media content and employment practices. To compare the situation in different countries would require a country level application of the GSIM. They may be too long and detailed for that use, but it would be interesting to try to apply them in that way to see if it works well for that purpose.
5	Sí	The development and the application of the indicators is definitely an important step because it allows generating data about gender issues. However, it does not as such resolve the problem of comparing situations in different countries. The data collected on the basis of the GSIM would need to be subject to subsequent specific applications in order to contribute to an efficient comparing exercise.
6	No	Aunque no lo resuelve si resulta de gran utilidad al configurar una estrategia a través de la cual se pueden hacer aproximaciones cuantitativas, verificables y comparables internacionalmente. Por supuesto, los contextos nacionales son diferentes y ese hecho complejiza el proceso. No obstante, tener una herramienta como estas permite establecer tendencias, y sobre todo construir modelos más certeros de medición.
7	Sí	-

Fuente: Elaboración propia

## 5. Conclusiones

La organización internacional UNESCO ha apostado especialmente por herramientas de medición de los sistemas mediáticos, lo que ha llevado a la publicación en 2012 de *Gender-Sensitive Indicators for media. Framework of Indicators to Gauge Gender Sensitivity in Media Operations and content* (UNESCO, 2012). Dado que estos indicadores han surgido del trabajo de un grupo de personas expertas, este artículo se ha centrado en las opiniones de los mismos que se han evidenciado como cruciales.

En primer lugar, se han contrastado que las personas que han participado en la elaboración de los GSIM tienen un perfil sociodemográfico y una experiencia en estudios de género y comunicación heterogénea. Llama especialmente la atención que algunos de las personas que han participado en la elaboración de los GSIM no tengan una experiencia previa en estudios de género. Una de las posibles razones de dicha carencia, también evidenciada por el estudio, es que la participación de dichas personas ha sido debida a una invitación de la Federación Internacional de Periodistas pero las voces expertas desconocen los criterios de selección que han llevado a dicha propuesta.

Por último, llama especialmente la atención la opinión de las voces expertas sobre posibles deficiencias de los indicadores como puede ser su utilización para comparar la situación de diferentes países. De hecho, las controversias respecto a los estudios comparados no se solucionan ya que con la utilización de los GSIM sólo se generan fotografías estáticas de sistemas mediáticos determinados: "No obstante, tener una herramienta como estas permite establecer tendencias, y sobre todo construir modelos más certeros de medición" (Experta 6, mujer, Federación de Periodistas de América latina y el Caribe, Fepalc).

Analizados todos los resultados, se podría pensar que la organización promotora de estos indicadores, UNESCO, no está interesada en la realización de dichos índices de forma eficaz puesto que puede perjudicar la imagen pública de algunos países miembros. Por tanto, es sumamente importante plantearse la necesidad de estos indicadores de género para medios de comunicación si no pueden cumplir con la función de todo indicador de realizar estudios comparados. Sin ella, serán utilizados como meras herramientas de marketing de aquellos países y/o entidades que implementen los GSIM obteniendo una fotografía fija de una realidad mediática en un determinado momento.

## 6. Referencias bibliográficas

- [1] Access Info Europe (2013). *Guide on Access to EU Documents. Accessing information from the European Union*. Madrid: Access Info Europe.
- [2] Access Info Europe (2011). *Legaleaks toolkit. A guide for journalists on how to Access government information*. Madrid: Access Info Europe.
- [3] ANAND, S. y SEN, A. (1995). Gender Inequality in Human Development: Theories and Measurement. En PNUD (1995), *Background Papers: Human Development Report 1995*. Nueva York: Human Development Report Office. Recuperado el día 15 de octubre de 2012 de [http://hdr.undp.org/en/media/HDR\\_2011\\_ES\\_Complete.pdf](http://hdr.undp.org/en/media/HDR_2011_ES_Complete.pdf)
- [4] BARDHAN, K. y KLASSEN, S. (1999). UNPD's Gender-Related Indices: A Critical Review. *World Development*, vol. 27, (6), pp. 985-1010. Recuperado el día 15 de octubre de 2012 de <http://ideas.repec.org/a/eee/wdevel/v27y1999i6p985-1010.html>
- [5] BLANCAS PERAL, F. y DOMINGUEZ-SERRANO, M. (2010). Un indicador sintético DEA para la medición del bienestar desde una perspectiva de género. *Revista de investigación operacional*, vol. 31, (3), pp. 225-239. Recuperado el día 16 de octubre de 2012 de <http://rev-inv-ope.univ-paris1.fr/files/31310/31310-05.pdf>
- [6] BUTLER, J. (2003). *Problemas de Género. Feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- [7] Comisión Europea (2009). *Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels. A comprehensive view of the concept of media literacy and understanding of how media literacy levels in Europe should be assessed*. Bruselas: Comisión Europea. Recuperado el día 16 de octubre de 2012 de [http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/eavi\\_study\\_assess\\_crit\\_media\\_lit\\_levels\\_europe\\_finrep.pdf](http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/eavi_study_assess_crit_media_lit_levels_europe_finrep.pdf)
- [8] DÍAZ NOSTY, B. (2011). *El libro negro del periodismo español*. Madrid: APM y Cátedra UNESCO de Málaga.
- [9] DÍAZ NOSTY, B. y FÉRNANDEZ BEAUMONT, J. (Eds) (2010). *Comunicación, convergencia e integración en América Latina*. Valencia: Fundación del Área Mediterránea Latinoamericana.
- [10] DÍAZ NOSTY, B. (1999). La difusión de la prensa diaria en lengua española. En J. Gadí (Ed.). *El español en el mundo: anuario del Instituto Cervantes 1999* (pp. 131-186). Madrid: Centro Virtual Cervantes.
- [11] FRUTOS, R. de (2012). Estado del arte para la construcción de indicadores de género en los medios de comunicación. En I Congreso Internacional de Comunicación y Género, Universidad de Sevilla y Fundación Tres Culturas, 5-7 marzo 2012.

ISBN: 978-84-676-79564.

[12] FERGUSON, C. (2012). Positive Female Role-Models Eliminate Negative Effects of Sexually Violent Media. *Journal of Communication*, vol. 62 (5), pp. 888-899. Recuperado el día 14 de mayo de 2013 de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1460-2466.2012.01666.x/full>

[13] FEDERACIÓN INTERNACIONAL DE PERIODISTAS (2009). *Getting the balance right: gender equality in journalism*. Bruselas: FIP. Recuperado el día 19 de octubre de 2012 de <http://unesdoc.UNESCO.org/images/0018/001807/180740S.pdf>.

[14] GMMP (2010). *Proyecto de Monitoreo Global de Medios*. Toronto: WACC. Recuperado el día 20 de octubre de 2012 de [http://www.whomakesthenews.org/images/stories/website/gmmp\\_reports/2010/global/gmmp\\_global\\_report\\_es.pdf](http://www.whomakesthenews.org/images/stories/website/gmmp_reports/2010/global/gmmp_global_report_es.pdf)

[15] LAMELAS, N. y AGUAYO, E. (2010). Desigualdade de xénero en Latinoamérica desde a perspectiva dos indicadores de desenvolvemento humano. *Revista Galega de Economía*, vol. 19(2), pp. 67-82. Recuperado el 23 de octubre de 2012 de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3384965>

[16] MARTÍNEZ- PÉREZ, M. y OSCA SEGOVIA, A. (2002). Avance profesional y género: variables personales, familiares y organizacionales. *Revista de psicología social*, vol. 17 (2) pp. 193-205. Recuperado el 23 de octubre de 2012 de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=243315>

[17] MORALES, F. y LÓPEZ M. (1993). Bases para la construcción de un sistema de indicadores sociales de estereotipia de género. *Psicothema*, vol. 5, pp. 123-132. Recuperado el 23 de septiembre de 2012 de <http://www.psycothema.com/pdf/1133.pdf>

[18] NACIONES UNIDAS (1979). *Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer*. Nueva York: CEDAW. Recuperado el 15 de octubre de 2012 de <http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/text/sconvention.htm>

[19] PNUD (2011). *Informe Desarrollo Humano 2011, sostenibilidad y equidad: Un mejor futuro para todos*. Madrid: Ediciones Mundi Prensa. Recuperado el 16 de octubre de 2012 [http://hdr.undp.org/en/media/HDR\\_2011\\_ES\\_Complete.pdf](http://hdr.undp.org/en/media/HDR_2011_ES_Complete.pdf)

[20] PNUD (2010). *Objetivos de Desarrollo del Milenio. Informe 2010*. Recuperado el 16 de octubre de 2012 [http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/pdf/MDG\\_Report\\_2010\\_SP.pdf#page=22](http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/pdf/MDG_Report_2010_SP.pdf#page=22)

[21] PNUD (2006). *Guide to Measuring the Impact to Right to Information Programs*. Oslo: *United Nations Development Programme*. Recuperado el 16 de octubre de 2012

<http://www.pogar.org/publications/other/undp/governance/rightinfo-guide-06e.pdf>

[22] NÚÑEZ DOMÍNGUEZ, T. y LOSCERTALES ABRIL, F. (Eds.) (2009). *Las mujeres y los medios de Comunicación. Una mirada de veinte años (1989-2009)*. Sevilla: Instituto Andaluz de la Mujer.

[23] UNESCO (2012). *Gender-Sensitive Indicators for media. Framework of Indicators to Gauge Gender Sensitive in Media Operations and content*. Paris: UNESCO.

[24] UNESCO (2008). *Indicadores de Desarrollo Mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social*. Paris: UNESCO. Recuperado el 16 de diciembre de 2012  
<http://unesdoc.UNESCO.org/images/0016/001631/163102s.pdf>

[25] UNESCO (2008). *Plan de acción para la equidad entre géneros*. Recuperado el 1 de diciembre de 2012.  
[http://www.unhabitat.org/downloads/docs/7549\\_76082\\_GEAP\\_Spanish.pdf](http://www.unhabitat.org/downloads/docs/7549_76082_GEAP_Spanish.pdf)

[26] VIDAL BENEYTO, J. (Dir.) (2006). *Progreso sostenible e integración regional en América Latina –Programa PAL-*. Valencia: AMELA.

[27] WIMMER, R. D. y DOMINICK, J.R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch Casa Editorial.

**\*Ruth DE FRUTOS-GARCÍA**

Becaria FPU del Dpto. Periodismo  
Universidad de Málaga. España  
[ruth.defrutos@uma.es](mailto:ruth.defrutos@uma.es)

Fecha de recepción: 14/02/2013  
Fecha de revisión: 18/06/2013  
Fecha de preprint: 28/06/2013

