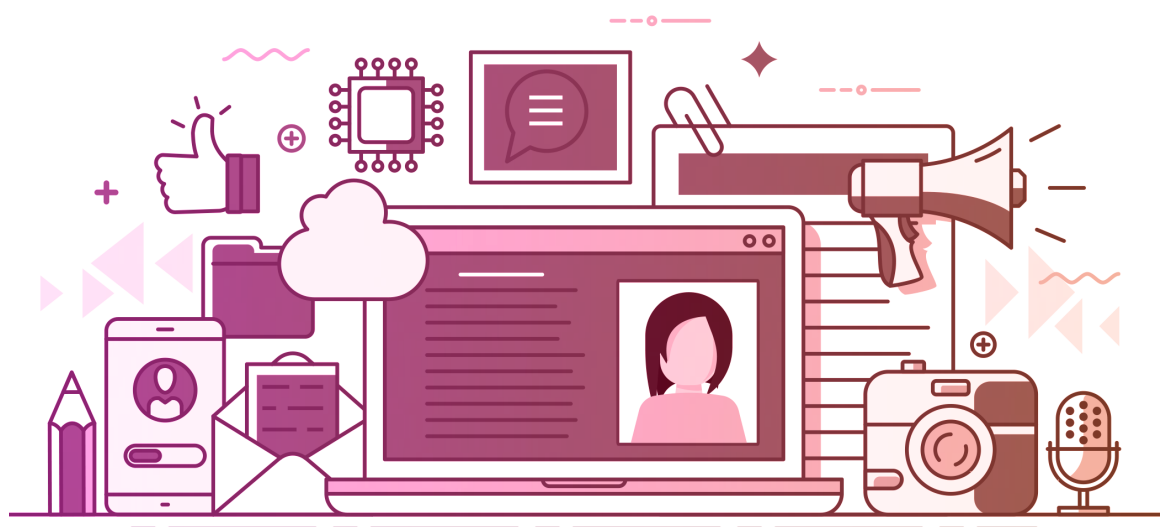


EN POSITIVO
LEE, ESCUCHA Y OPINA



MÓDULO 1

La información: antes y durante la Era Digital

Diario de Almería



1. Medios de comunicación: análisis y características

Medios Audiovisuales

Televisión y cine

Se basan en imágenes y sonidos para difundir la información. hacen parte de este grupo la televisión y el cine. La información televisiva se dirige a un público heterogéneo por lo que debe usar un lenguaje claro, directo y sencillo. El cine es un espectáculo de masas, es la materialización de una historia escrita a la que cada espectador le da sentido. Los medios de comunicación audiovisual poseen una gran capacidad de influir sobre la audiencia que los escucha y/o observa.

La radio

La principal característica es que permite la transmisión instantánea en vivo de la información, a través de ondas electromagnéticas. Es el segundo gran medio de comunicación, con un alto alcance geográfico y poblacional, y tiene la gran ventaja de que, al llegar a todos los puntos geográficos, su audiencia es muy heterogénea. En la ración conviven una gran variedad de espacios, de formatos y contenidos muy diversos: entrevistas, reportajes, crónicas de todo tipo, informativos, debates, espacios testimoniales, de música, de contenido religioso, consultorías, incluso hay emisoras que emiten para comunidades concretas, como es el caso de los extranjeros.

Medios impresos

Son todas las publicaciones que circulan en papel tales como los periódicos y revistas. Los medios impresos ejercen una gran influencia en la sociedad y su impacto es más duradero.

El periódico

Los antecedentes de la difusión escrita de noticias se remontan a la Antigüedad. En efecto, en algunas civilizaciones se difundían los sucesos en forma de textos escritos en hojas (papiro, seda o pergamino más raramente) o en inscripciones públicas (en piedra, metal o madera). Se sabe que ya en la antigua Roma Julio César usaba este tipo de formato para difundir los hechos más notorios del imperio. Es, por lo tanto, el medio de comunicación más antiguo.

Como consecuencia del invento de la imprenta de tipos móviles por Johann Gutenberg en 1438, nace el periódico tal y como hoy lo conocemos, revolucionando en aquel momento las comunicaciones mundialmente y dando apertura a una nueva era. Tal ha sido su importancia en la historia que el nacimiento de la imprenta abrió la puerta a la denominada Era Moderna. El primer periódico impreso, el *Weekley News of London*, que fue el primer periódico inglés publicado en 1622.

Actualmente, el número de usuarios es menor frente a otros medios informativos como la televisión, la radio o la información que circula por internet. Los periódicos contienen información de actualidad inmediata, las revistas tratan temas de actualidad con más análisis y profundidad.

El periódico es un producto de poca vigencia. Apenas tienen validez un día. El día de su publicación las redacciones se afanan en buscar y dar forma a nuevas informaciones que serán las que compongan la edición del día siguiente.

Cuentan la actualidad más inmediata, los hechos más sobresalientes acontecidos a lo largo de la jornada y tienen tendencia a primar la cobertura local. Hay que tener en cuenta que a los grandes periódicos generalistas (EL MUNDO, EL PAÍS, ABC, EXPANSION, ETC..) se les une un sinfín de periódicos locales y de índole regional (GRUPO JOLY) que son los que acercan la información más cercana a los lectores. El Mundo, por ejemplo, no se ocupará de las nuevas dotaciones deportivas de un municipio pequeño, como Lucena, o de realizar una entrevista al presidente de una asociación vecinal.

El periódico se imprime en un formato específico, rectangular y con capacidad para albergar varias informaciones e imágenes. Este formato suele ser el denominado "berlinés" o "tabloide"

El soporte es siempre papel prensa.

Las revistas

Las revistas, a diferencia del periódico diario, tienen una vigencia más larga. Sus contenidos suelen reflejar la actualidad, aunque requieren menos inmediatez en su publicación, ya que son contenidos más elaborados, con más aportación de análisis, de recursos artísticos como ilustraciones o fotografías, y ahondan en hechos secundarios, anécdotas, su ámbito de cobertura casi siempre va más allá de lo local.

A diferencia de los periódicos, su tamaño y forma son versátiles y las podemos encontrar en gran variedad de tipos de papel. La opción de imprimir a todo color es aprovechada por los editores de estas revistas para dar las páginas a todo color, lo que anima a publicar mucho material gráfico, es decir, fotografías e ilustraciones.

Asimismo, las revistas tienden a la especialización y grandes ejemplos lo encontramos en cabeceras dedicadas a la música, la programación televisiva, la salud, la moda, la tecnología, la vida social, etc...

Internet

Internet, la red de redes, se ha convertido en la principal y más novedosa plataforma de comunicación. Los medios de comunicación digitales nos presentan una revolucionaria forma de acceder a la información y de comunicarnos. Los Medios didácticos Tecnológicos son aquellos en los cuales interviene un instrumento técnico para transmitir sus mensajes. Las Tics consisten en las tecnologías basadas en el aprovechamiento de Internet y sus herramientas, por ejemplo: el correo electrónico o e-mail, los foros, las redes sociales y los chats. Es básicamente un sistema mundial de comunicaciones que permite acceder a información disponible en cualquier servidor mundial, así como interconectar y comunicar. Es, por lo tanto, una red de redes con posibilidad de conexión global y un alcance ilimitado de los contenidos.

Otra de sus características es que internet permite difundir la información a través de múltiples canales. Es decir, ofrecer una información multimedia que convine texto, sonido e imágenes.

El contenido que se distribuye a través de internet es instantáneo y puede modificarse o corregirse en cualquier momento, de manera que permite la actualización constante de una información sin que afecte al resto de los contenidos, algo que ni la televisión, ni la radio ni la prensa escrita pueden hacer, ya que cualquier modificación afecta al resto de la "parrilla" o "programación" prevista.

Internet es un canal completamente interactivo y participativo. Contiene plataformas en las que cualquier persona puede compartir lo que es de interés para ella.

Sin embargo, adolece de controles que garanticen la veracidad informativa y es un hervidero de noticias falsas y bulos. Es decir, existe fragilidad informativa frente a las noticias falsas o fake news.

Asimismo, los usuarios nos encontramos en internet tal cantidad de versiones sobre un mismo acontecimiento, plagios y actualizaciones o modificaciones de que ha nacido un nuevo término para dar nombre a esa intoxicación de noticias y contenidos: la infoxicación.

Ante ello, los usuarios debemos siempre escoger las páginas de mayor solvencia en función de nuestras necesidades o búsqueda y dirigirnos siempre a fuentes solventes y contrastada.

2. Clasificación de los contenidos: géneros informativos y de opinión

El periodista tiene ante sí un abanico amplio de posibilidades para dar forma a su información. No solo existe la noticia, también otros géneros que enriquecen enormemente la manera de plasmar la realidad, lo que está pasando, como es el reportaje o el documental. También hay varias fórmulas para dar conocer las opiniones de expertos, a través de entrevistas o artículos, y de analizar los acontecimientos, como son las crónicas y las críticas. Veamos los más utilizados, que pueden darse en todos o en algunos de los grandes medios de comunicación vistos anteriormente.

Noticia

La noticia es el relato de un acontecimiento de actualidad que suscita el interés del público. El periodista tiene la responsabilidad de relatar con la mayor objetividad y veracidad posible cómo se han producido esos acontecimientos o hechos. La noticia tiene unas funciones claramente delimitadas y el periodista trata de cumplirlas con el mayor rigor profesional. El lector recibe la información sin ningún tipo de valoración personal u opinión del periodista que ha redactado la noticia. El periodista ordena los datos en la narración de la noticia en orden decreciente a su importancia: parte de los datos más importantes para llegar hasta aquellos menos significativos que cerrarán el cuerpo de su noticia. Las noticias, si están bien estructuradas, siguen una estructura de pirámide invertida y deben responder a las 5 w: Quién, Qué, Cuándo, Dónde y Por Qué.

Para que un hecho sea noticia debe cumplir con cuatro condiciones:

- Ser verdadero
- Ser actual
- Ser novedoso
- Ser interesante

Reportaje

Se pueden distinguir dos tipos de reportajes: el reportaje objetivo y el reportaje interpretativo. Cada uno de ellos pertenece a un género periodístico. El reportaje objetivo es considerado un género informativo, mientras que el reportaje interpretativo se clasifica como género interpretativo.

El reportaje objetivo cumple en gran parte las mismas funciones que la noticia. Presenta bastantes elementos comunes, sobre todo que el periodista mantiene la objetividad en la presentación de los hechos. Es un relato descriptivo que no debe incluir opiniones personales o valoraciones del periodista, si bien este tipo de reportaje tiene sus propios rasgos característicos que le diferencian de la noticia. Quizá el más evidente es que su extensión generalmente es mayor. El reportaje, por tanto, permite al periodista ofrecer un mayor número de datos complementarios que cuando redacta una noticia en la que debe ceñirse a los elementos esenciales, dada la limitación de espacio con la que trabaja.

Entrevista

La entrevista puede ser considerada como un tipo específico de reportaje. Si bien sus elementos característicos también pueden convertirla en un género periodístico totalmente diferenciado. Lo que interesa es tener claro que la entrevista pertenece a los géneros interpretativos. La entrevista es un género que está muy presente hoy en día en la prensa. Tanto los periódicos como los semanarios u otro tipo de revistas dedican muchas de sus páginas a ofrecer a sus lectores entrevistas con aquellos personajes públicos que se consideran relevantes. Permiten al lector un acercamiento virtual, un conocimiento directo de aquellos personajes que le resultan interesantes, admirados, queridos...

Documental

Ahonda en profundidad en un acontecimiento en base a un trabajo de investigación que requiere una gran inversión de recursos y la constatación de datos a través de varias fuentes. Suele compilar información y documentos de gran valor histórico.

Editorial

La prensa añade a sus funciones de informar e interpretar una tercera que es la de opinar acerca de la actualidad. Distintas fórmulas periodísticas, que se pueden definir como géneros de opinión, tratan de desarrollar esta función. Una de estas fórmulas es la del editorial. El editorial es un artículo de opinión que no va firmado por ninguna persona pero que recoge la opinión institucional y colectiva del periódico o revista. Ese carácter institucional otorga a este tipo de artículos una gran trascendencia pública. Los lectores pueden conocer la opinión abierta y directa del medio sobre distintos temas de actualidad, así como sus planteamientos ideológicos implícitos.

Artículo

El artículo de opinión tiene una gran presencia en la prensa. En este tipo de artículos se emiten opiniones concretas suscitadas por un tema de actualidad. Las funciones del artículo son similares a las del editorial. En él se ofrecen valoraciones, opiniones y análisis sobre diversas noticias. A diferencia del editorial, el artículo va firmado y representa la opinión particular de su autor. En ocasiones, incluso esta opinión puede disentir manifiestamente de la postura institucional del periódico expresada en sus editoriales. Otra diferencia que debes tener en cuenta es que los temas

tratados en los artículos pueden ser mucho más variados puesto que los editoriales sólo abordan noticias que poseen una gran relevancia.

Columna

La columna es un espacio fijo y periódico en un medio. Generalmente esta a cargo de un periodista, pero también puede ser escrita por un especialista como por ejemplo un médico o un deportista. Normalmente una columna tiene el objetivo de mostrar puntos de vista ante una noticia y puede expresar un punto de vista diferente al editorial.

Crítica

Otro género periodístico que podemos diferenciar en nuestra prensa es la crítica. La crítica cumple una labor de interpretación de diversos acontecimientos culturales. La crítica periodística cumple tres funciones simultáneas: informa, orienta y educa a los lectores. La sección cultural y de espectáculos concentra la mayor parte de las críticas que aparecen en el periódico, aunque dentro de esta sección encontramos todos los géneros periodísticos: noticias (un ejemplo son las reseñas culturales), reportajes, entrevistas, crónicas y también críticas.

Cartas al director

Es una sección tradicional, en que los lectores tienen la posibilidad de opinar libremente sobre cualquier materia, formular una denuncia, criticar a las autoridades, etc. Como se supondrá, posee un variado estilo (según el emisor) y una gran brevedad. Sólo tiene como límites la extensión y el respeto a las personas.

Crónica

Entre los interpretativos, el más diferente es la crónica. La crónica periodística se considera un género interpretativo. Consideramos crónica la narración de una noticia en la que se incorporan ciertos elementos de valoración e interpretativos, aunque estos siempre tienen un carácter secundario frente a los elementos estrictamente informativos. Nos encontramos con un género híbrido. El estilo de la crónica es objetivo al igual que el de la noticia, pero el periodista se permite una mayor libertad expresiva en el uso del lenguaje, hasta el punto de crear un estilo personal. Ejemplos claros de crónicas son las taurinas o las deportivas.

3. ¿Cómo leer y evaluar con sentido crítico la información que recibe de los medios de comunicación?

“Necio es quien nunca lee el periódico, y más aún quien siempre le hace caso.” (August von Schläözer, historiador y escritor alemán [1735-1809])

Hace más de doscientos años, este escritor dijo que no se podía creer todo lo que decían los periódicos. Hoy día pasa algo parecido. No podemos creer todo lo que dice Internet. Gracias a la tecnología moderna, todos los días podemos leer muchísimas cosas. Muchas cosas son ciertas y útiles, pero muchas también son mentiras muy peligrosas. Así que debemos tener cuidado. Cuando una persona empieza a usar Internet, quizás piense que una noticia es verdad solo porque está en Internet o porque un amigo se la envió. Puede que crea hasta las historias más increíbles.

La persona ingenua cree todo lo que le dicen, pero la prudente solo cree una cosa si está segura de que es cierta. En Internet hay muchas historias y noticias que se vuelven muy populares, pero son falsas. ¿Qué podemos hacer para que nadie nos engañe? Hagámonos las siguientes preguntas: “¿Dónde leí esa historia? ¿La leí en una página oficial en la que se puede confiar, o en una página donde cualquiera puede escribir lo que quiere? ¿Viene la historia de una fuente desconocida? ¿Se ha demostrado en alguna página confiable que esa historia es falsa?”. Si lo que leemos es demasiado difícil de creer, lo más probable es que sea mentira. ¿Y si nos llega un mensaje con información negativa sobre otra persona? Preguntémosnos: “¿Quién puede tener interés en que todo el mundo se entere de esta noticia? ¿Por qué puede desear alguien que esta noticia se extienda?”

Una de las principales bases de la información es contrastar la información. Si la información no ha sido contrastada, puede que no sea cierta. Más de una vez hemos podido comprobar grandes metidas de pata incluso en medios importantes por no saber comprobar correctamente la información. Pero, **¿cómo se puede contrastar información de una forma rápida?**

Algunas claves:

- Comprobar las fuentes que se citan en las noticias (si aparece nombrado alguien o alguna institución).
- Comparando esa misma información con diversos medios para observar si hay diferentes versiones de la misma historia.
- Ir a la fuente oficial de la noticia y no quedarse en el medio de comunicación, web o red social por la que nos ha llegado la información.
- No fiarse completamente de todo lo que se dice en las redes sociales, en este caso la información se transmite de forma rápida y no se comprueba.
- Hacer un seguimiento de la noticia, por si hubiera novedades, antes de darla por válida.
- Usando nuestra capacidad de raciocinio y nuestra formación.

La comunicación online tiene además características muy concretas. Una de las principales características de internet como medio de comunicación de masas es que cada segundo genera miles de informaciones en el mundo. De ahí, el valor excepcional que tienen las webs oficiales de medios informativos y agencias, que cuentan con profesionales dedicados a ofrecer contenidos fiables y de calidad.

Tanto es así, que Google y Facebook, el buscador y la red social más utilizado (miles de millones en todo el mundo) valoran la información real y original, apartando de las vistas aquellas que considera sospechosas.

Sin embargo, ante la búsqueda de una noticia concreta, el lector puede encontrar varias versiones que incluso se contradicen. Asimismo, los usuarios recibimos en nuestros correos y a través de redes sociales noticias que son supuestamente reales pero que en realidad son fake news fabricadas expreso.

Ante ello, debemos emplear a fondo el sentido crítico y alertarnos ante cualquier contenido que vaya más allá de la información o el entretenimiento y contenga rasgos difamadores.

Es importante que como receptores nos comportemos como sujetos activos y seamos críticos frente a los contenidos que nos presentan. Por eso, hay que desarrollar la conciencia crítica que nos exige la creciente influencia de los medios de comunicación y sus nuevas tecnologías en la sociedad actual.

4. ¿Qué es la libertad de expresión y cuáles son sus limitaciones?

La libertad de expresión es un derecho fundamental del ser humano libre. No todo el mundo tiene este privilegio. Dependiendo de la parte del mundo en la que vivas este derecho se ve recortado. Hay personas que sufren represiones por expresarse sin filtros. Arriesgan su vida por el hecho de vivir en países que tienen otra definición de libertad que nosotros.

La mayoría de nosotros que hace uso de esta libertad de expresión se ha olvidado de una cosa esencial. Cada derecho conlleva una gran responsabilidad: el uso adecuado del mismo. Nos olvidamos que palabras son armas e imágenes pueden hacer explotar una bomba.

El periodista, como profesional de la comunicación y la difusión de los acontecimientos notorios que ocurren cada día, está obligado por ética y por principios jurídicos a seguir una serie de normas en el ejercicio de su función de servidor de información, contribuyendo así a que los ciudadanos ejerzan su derecho a estar informados.

Entre estos principios que han de seguir los periodistas figura el único criterio legal directo que rige a los periodistas como delimitador de la libertad de expresión e información. Se encuentra en el párrafo 4, del artículo 20 de la Constitución, donde se exponen las limitaciones, las fronteras de la libertad de expresión y de información. Se refiere expresamente derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen.

Sin embargo, este párrafo no fija claramente hasta qué punto se pueden ejercer estas libertades ni, cuáles son los límites del derecho al honor, a la intimidad y la propia imagen en aras de la libertad

de expresión o información.

En el mundo digital, del que venimos hablando, la facilidad para la ocultación de la identidad o la fragilidad en la constatación de fuentes por parte del lector lleva a la práctica creciente de contenidos que sobrepasan estos límites.

¿En qué momento se encuentra en riesgo la libertad de expresión?

La libertad de expresión se cercena en multitud de casos, y todos ellos van en contra del derecho y el deber de informar. Por desgracia, y como explicamos con anterioridad, existen países cuyos regímenes políticos dictatoriales limitan o aniquilan directamente esta libertad de expresión.

Esto ocurre, por ejemplo, cuando:

- Se niega un permiso para publicar o para emitir un acontecimiento o entrevista.
- Cuando existen intimidaciones físicas o afectivas.
- Personas con puntos de vista opuestos o periodistas investigando cuestiones sensibles pueden recibir amenazas de muerte hacia ellos o hacia sus familias.
- Cuando el acceso a la informaciones excesivamente limitado o negado.
- Cuando se abusa de las demandas por difamación o calumnia. Entendemos difamación cuando se realizan acusaciones falsas o maliciosas contra alguien. Generalmente existen dos tipos de difamación: la calumnia escrita, o sea acusaciones falsas o maliciosas impresas y las acusaciones maliciosas y calumnias verbales.
- Cuando existen leyes y reglamentos restrictivos, que sirven para proteger el status quo y a silenciar la discrepancia. Estos reglamentos y leyes injustas tienen un efecto doble: el de sofocar la libertad de expresión y de crear una falsa justificación legal par silenciar a las "voces inconvenientes".

¿Cómo podemos saber cuando la libertad de expresión está siendo amenazada?

Una manera de saberlo es cuando aquellos que están en el poder emprenden ciertas acciones en contra de los medios de comunicación o en contra de ciertos grupos a causa de posiciones o creencias políticas encontradas.

En la mayoría de países es necesario un permiso para poder emitir, sea por radio o por televisión. Las radios y los canales de televisión emiten a través de ciertas frecuencias y se le otorga a cada emisora de radio o canal de televisión una frecuencia exclusiva.

Cuando dos canales emiten por la misma frecuencia en la misma zona, interfieren entre ellos creando ruido. Por ello se otorga a las emisoras de radio y televisión frecuencias y canales diferentes.

Las amenazas anónimas, sea por correo o por teléfono. Algunas veces estas amenazas se combinan con ataques físicos que terminan en pérdida de vida.

El asesinato de personas con voces disidentes entre ellos, periodistas, es una de las formas más terribles de silenciar la libertad de expresión.

Una forma en que se puede limitar esta libertad es restringiendo o negando la libertad de buscar y recibir información o en otras palabras, el acceso a la información.

5. El uso del lenguaje no sexista y de los estereotipos en los medios de comunicación

En este contexto, el progreso logrado en los años recientes por los medios y las nuevas tecnologías de la comunicación y la información ha abierto nuevas posibilidades para hacer visible la contribución de las mujeres en el mundo. Ha facilitado la organización y comunicación de mujeres atravesando los límites geográficos nacionales, regionales e internacionales.

El tema sobre la mujer y los medios de comunicación nació de la inquietud de las instituciones más implicadas con la mujer y la igualdad, como son los Institutos de la Mujer, con la clara intención de promover la reformulación de los contenidos y mensajes de los medios, de modo tal que reflejen una realidad coincidente con la cotidianidad, la trayectoria y los roles profesionales y personales no sólo de los hombres, sino también de la otra mitad de la población, las mujeres.

Un ejemplo de discriminación

La Web española se expresa mayoritariamente en un lenguaje sexista. No obstante, se evidencian esperanzadores signos de cambio hacia una Internet inclusiva, en la que las mujeres sean visibles. Así lo demuestra el *Estudio sobre lenguaje y contenido sexista en la Web*, elaborado -en el marco del proyecto Web con Género- por la Fundación CTIC (Centro Tecnológico de la Información y la Comunicación).

El estudio se realizó a partir de una muestra de 60 web de instituciones públicas, 20 web de proyectos de la Sociedad de la Información y otras 20 de medios de comunicación de España.

El análisis de los elementos textuales pone de manifiesto que el masculino genérico es la fórmula de bienvenida más utilizada en las páginas de inicio (home). Así, del 25% de sitios que incluye esta apelación, el 23% opta por “bienvenido”, en vez de utilizar alternativas inclusivas. Además, del 22% de los sitios que introducen fórmulas de acceso a un área personal, el 21% recurre a la expresión “usuario”, frente a un 1% que opta por “usuari@”. Por contra, a la hora de publicar en las web fórmulas de contacto, “la tónica general es el uso del lenguaje no sexista”, de acuerdo con el estudio.

El análisis del uso general del lenguaje muestra un panorama sexista pero, a la vez, “esfuerzos por cambiar esta situación”. Los casos de buenas prácticas más habituales son: el uso de la arroba o la barra para incluir a ambos sexos (ejemplo: “jóvenes conectad@s”), el desdoblamiento de los términos en masculino y femenino (“madre y padre”), el uso de vocablos impersonales sin marca de género (“ciudadanía”, “profesorado”...) y el uso de la palabra “persona/s” cuando no es posible el uso del impersonal.

Por tipo de web, el lenguaje inclusivo es más profuso en las páginas de proyectos relacionados con Sociedad de la Información. A escasa distancia, se sitúa la Administración y, todavía lejos, están los medios de comunicación.

El análisis de los elementos no textuales (fotografías, iconos...) revela una “abrumadora” presencia de estereotipos y “en muy pocos casos” se encuentran imágenes que inviertan los roles de género

tradicionales. Sin embargo, como contrapunto de esta tendencia general, el estudio halla también “muestras de una clara intención de muchas entidades de avanzar en la igualdad apoyando la ruptura de los estereotipos sociales”. Ejemplos de esto último son una fotografía de una mujer con casco de obra en una profesión masculinizada y en solitario, un hombre con un niño en un entorno doméstico o mujeres utilizando las Tecnologías de la Información.

Este estudio forma parte del proyecto *Web con Género* en el que se están llevando a cabo diferentes actuaciones tendentes a lograr una web inclusiva.

6. La mujer en la prensa

La figura de la mujer en los medios, como constructoras de conocimiento, transmisoras de información y como protagonistas, ha sido caracterizada por su ausencia, en contraposición a los hombres. Al gozar de menos representación en las altas esferas del poder político, económico, cultural y social, las mujeres tienen menos posibilidades de ejercer los papeles protagónicos de la información. Suárez afirma también que nos encontramos en una sociedad donde los medios han sido los encargados de perpetuar la sociedad liderada por los hombres y menciona que la posible causa de la invisibilización de la mujer en los medios se debe fundamentalmente a que las mujeres estuvieron por mucho tiempo excluidas de los espacios públicos. ésta es una primera causa que brinda el autor y que podría explicar la ausencia de las mujeres en espacios informativamente significativos. Sin embargo, a medida que éstas se han ido incorporando a los escenarios públicos, agrega, se ha incrementado y diversificado su aparición en los medios, pero todavía se está lejos de que estén presentes en términos de paridad.

La ausencia de mujeres en las esferas de poder a nivel de los medios, constriñe las posibilidades de que se dé oportunidad a las periodistas de tener más presencia en los espacios considerados de mayor relevancia. La opinión considerada «un acto de libertad», a través de la cual los seres humanos externan sus puntos de vista y apreciaciones sobre determinado tópico, es un ámbito aún está monopolizado por los varones. En los grandes medios españoles la participación femenina no alcanzan el 15%.

Mujer como protagonista de la información

Por esta razón, los medios están llamados a poner el punto de mira en otros escenarios de la sociedad civil que no sean propiamente instituciones oficiales, donde las mujeres tengan un papel preponderante como dinamizadoras sociales, como voluntarias y protagonistas de iniciativas innovadoras. La autorregulación es importante, pero quizás más importante aún para lograr cambios profundos en comportamientos y actitudes, sea la difusión en los diarios digitales, de ejemplos positivos en la práctica de la igualdad de género (por ejemplo: hombre cuidando a los hijos o nombramientos de mujeres para puestos en los consejos de administración de las empresas).

Otros pasos hacia adelante en esta tendencia son los siguientes:

1. Al escribir, el periodista ha de tener en cuenta que la audiencia está formada por mujeres y por hombres, y que se ha de intentar satisfacer las necesidades informativas de los dos géneros y

la pluralidad de intereses que representan, y no las de un supuesto ser humano neutro que no tiene existencia real.

2. Considerar que los grandes cambios experimentados por las mujeres en las sociedades democráticas deben tener su correlación en los medios de comunicación, ofreciendo la diversidad de roles que las mujeres desarrollan actualmente.
3. Diversificar las fuentes para dar voz a las personas afectadas y evitar la costumbre de utilizar como interlocutores a los jefes jerárquicos de las instituciones, que aportan los datos en lugar de buscar a las personas que conocen a fondo las cuestiones. Propiciar que las informaciones incorporen la perspectiva de género, teniendo en cuenta que esto puede ampliar la tarea de interpretación y análisis de la sociedad y evitar la exclusión del colectivo femenino.
4. Cuando se habla de introducir la perspectiva de género en la información, quiere decir exactamente esto: que la información ponga de relieve que hombres y mujeres hemos sido socializados de una manera distinta y que, por tanto, esta socialización ha introducido a la fuerza variedades de comportamiento, de actitudes, de creencias, de estilo, de formas de vida, etc. Y que esta disimilitud es relevante en la información. Los mecanismos establecidos en la sociedad para educar y formar hombres y mujeres resulta una diferencia cualitativa y cuantitativamente muy significativa.
5. Evitar el genérico masculino para denominar a colectivos mixtos, con la finalidad de hacer más visibles a las mujeres dentro de las noticias.
6. Utilizar la adjetivación con la finalidad de aportar nuevos rasgos informativos a la noticia y en un sentido sensacionalista, evitando alusiones despectivas y groseras o demasiado elogiosas que no aporten nuevos contenidos informativos. Es necesario aplicar los mismos criterios en la descripción del aspecto físico, la indumentaria o las aficiones extraprofesionales, tanto para hombres como para las mujeres.
7. El uso de algunos genéricos puede producir errores de interpretación, si se toma por cierta la identificación del hombre con la humanidad. Conviene utilizar siempre que se pueda nombres colectivos en vez de un genérico masculino y dar un paso adelante en la utilización de abstractos (por ejemplo, “la humanidad” o “las personas” en lugar de “el hombre”).
8. Utilizar el genérico masculino o femenino en función de la presencia mayoritaria de personas de un sexo o de otro en colectivos mixtos, es decir, que el genérico masculino no represente a la humanidad. Otra posibilidad es la de alternar el uso de genéricos femeninos y masculinos hasta conseguir que tanto el uno como el otro representen a todo el grupo.
9. Feminizar las profesiones, los títulos, cargos y oficios.