

**Análisis de Medios de Comunicación y su participación**  
**OBJETIVO 10: REDUCCIÓN DE DESIGUALDADES**  
**Medios Masivos de Comunicación: semestre 2019 A**

La influencia que los medios de comunicación ejercen en la sociedad actual sobre todos los estratos de la población es algo indiscutible.

La Organización de las Naciones Unidas se ha propuesto 17 objetivos a cumplir para el 2030, la meta número diez es: Reducción de desigualdades. ¿Cómo ayudan los medios de comunicación al cumplimiento de ese objetivo?

Abordaremos en tres niveles esta cuestión, se presentará a continuación.

### **NIVEL LOCAL**

La población total del Municipio Montemorelos es de 53854 personas, de cuales 26858 son masculinos y 26996 femeninas. De toda esta población se debe concientizar en cuanto a las acciones que éstos toman; este municipio es conocido como un lugar donde las clases sociales son distinguidas por los barrios en donde habitan.

Es una responsabilidad para los medios locales que concienticen a la población a las buenas relaciones unos con otros para lograr un bien común, el desarrollo y crecimiento.

#### Ejemplo de programación:

- Programa de Televisión y Radio "Hablemos de Igualdad"

Estos programas son un espacio de televisión y radio para fomentar una sociedad más igualitaria y libre de violencia a través de la participación de todos los sectores de la comunidad, para difundir las acciones que realiza el Instituto Estatal de las Mujeres (IEM) y el Gobierno del Estado de Nuevo León en la promoción de los derechos humanos y conocer las opiniones de especialistas en temas de interés.

### **NIVEL NACIONAL**

SERTA marketing intelligence partner realizó un estudio donde se concluye que: "El consumo de medios en México para el 2019 estará marcado por el aumento sostenido de la conectividad y el acceso a medios digitales, así como de la disponibilidad de información y contenido en todo momento".

Esto no quiere decir que los medios tradicionales quedarán obsoletos, en cambio, harán uso de la multiplataforma para tener un mayor alcance al público; de esta forma, la responsabilidad que recae sobre ellos, en cuanto a la contribución en sus contenidos para la reducción de desigualdades, se vuelve aún mayor.

#### Ejemplos de programaciones:

##### **Canal Once – Programa México Social**

###### ☐ *Episodio “la agenda de la igualdad”*

En este episodio se dialoga sobre estrategias para generar igualdad, se realiza un tipo mesa redonda donde se puede compartir información y hacer comentarios.

###### ☐ *Episodio “Igualdad ¿Para cuándo?”*

Este es un documental de información, de igual forma, se comparte datos e información.

A través de estos episodios se puede promover la igualdad y dialogar sobre la importancia que esta tiene, debido a que es un problema presentado actualmente en nuestro país.

##### **El financiero Bloomberg**

###### ☐ *Episodio “En México no hay cuantificación sobre igualdad laboral”*

La directora fundadora de We Work Equality, Carolina Moreno, explica que en el 50% de las empresas hay discriminación, por lo que el crecimiento laboral femenino es negativo.

Compartir este tipo de cifras en programas televisivos sirve para concientizar a la población y ayudar en la mejora de esta.

##### **Igualdad PRD Radio Tv web 2.0**

Este es un programa de radio generado por el PRD, en el cual se tienen pláticas denominadas “Diálogos Feministas”, en la que cada emisión se tiene una invitada diferente para charlar del tema.

##### **El Universal**

Este es uno de los periódicos más conocidos. Se ha mantenido activo en la publicación de información en torno a los hechos de discriminación que se presentan día a día, promoviendo así la eliminación de esta para continuar con la búsqueda de un desarrollo mejor.

## Imagen Entretenimiento - Programa “Sale el Sol”

Nacho Lozano habló sobre la igualdad en el día de la mujer, principalmente enfatizó en la equidad de género mencionando que a pesar de ser el género que más vota son las que menos son tomadas en cuenta.

## NIVEL MUNDIAL

### OCDE

“Los países deben luchar contra la creciente desigualdad, con políticas que de forma simultánea reduzcan la brecha de ingresos entre ricos y pobres mientras se estimula el crecimiento económico”.

Una nueva investigación de la OCDE – parte del más amplio programa de reforma estructural Hacia el Crecimiento (Going for Growth)– demuestra cómo las reformas del mercado laboral, los impuestos y los sistemas de transferencias y la educación de alta calidad pueden producir un doble dividendo: Aumentar el PIB mientras se reduce la desigualdad de ingreso.

Para más información sobre la nueva investigación de la OCDE, se encuentra en línea para descargar el capítulo *“Hacia el Crecimiento: Reducir la desigualdad de ingreso mientras se estimula el crecimiento económico”*.

Un segundo capítulo de *Hacia el Crecimiento - “Bajo impacto: cómo difundir los riesgos macroeconómicos de manera más equitativa”* – describe los tipos de políticas que los gobiernos pueden utilizar para proteger a los más vulnerables al desempleo y las pérdidas de ingreso durante las crisis.

Dos notas políticas del departamento de economía de la OCDE también están disponibles: *“La Desigualdad en el Ingreso Laboral - ¿Cuáles son sus motores y cómo se puede reducir?”* y *“Desigualdad de Ingreso y Crecimiento: el Papel de los Impuestos y las Transferencias.”*

## CONCLUSIÓN

A través de los programas antes mencionados se puede observar cómo promueven información acerca de las desigualdades presentes en nuestro mundo, con el fin de concientizar en la población para observar cambios de comportamiento y mejora.

Al investigar a detalle los programas existentes en los medios, se pudo observar que la mayoría, en vez de promover la igualdad promovían la discriminación, ¿de qué manera? Utilizando estereotipos en las programaciones; esto es algo tan común que incluso podría observarse como algo insignificante, sin embargo, debemos

tomar en cuenta que los medios masivos de comunicación son los principales influyentes en la población.

Se esperaría que los programas nacionales más sintonizados fueran los que más promovieran la igualdad, lamentablemente no es así; a fin de mantener su popularidad y demanda, utilizan chistes de “mal gusto” donde humillan a personas o a cierto sector de la población.

Aquí nos damos cuenta que el principal trabajo, si se quiere cumplir con esta meta propuesta para el 2030, se debe realizar en capacitar a aquellos que mayor tendencia generan: los medios; ya que son una fuerte herramienta para concientizar a la población y promover la reducción de desigualdades.