



Centro de Investigaciones  
de la Comunicación



## **Nota de Prensa**

**Afirma directora de Filología y Comunicación, UNAN-Managua**

### **Medios deben atender estudio**

“Las actuales prácticas informativas de los medios de comunicación ha hecho que pierdan su verdadera responsabilidad social. Prueba de ello es la ausencia de una política de género. Por eso considero oportuno el trabajo que ha venido realizando el Observatorio de Medios”, destacó Lesbia Bermúdez directora de la Carrera de Filología y Comunicación, UNAN-Managua.

Bermúdez participó como panelista durante la presentación del séptimo estudio *La mujer en la noticia* - elaborado por María Gabriela Vega miembro del Observatorio de Medios-, en el Auditorio Hispamer de la Universidad Autónoma de Nicaragua-UNAN-Managua, destacó que los intereses empresariales de los medios han operado en detrimento de su función social. El acto estuvo presidido por la Dra. Nívea González, Secretaria General de la UNAN y por Guillermo Rothschuh Villanueva Director del Observatorio de Medios-CINCO.

“Inclusive, opacan el liderazgo de muchas mujeres en el interior del país. Caso contrario cuando salen en los medios es para violarle su privacidad y victimizarla. A veces por el tratamiento que le dan no se sabe en realidad cuál es la noticia”, añadió.

Para la periodista María Mercedes Alemán, el estudio *La Mujer en los medios*, confirma la necesidad de humanizar la labor periodística, capacitar más a los medios y periodistas en tema de género. “Uno de los desafíos de la nueva generación de periodistas es promover espacios y liderazgo de la mujer en los medios”, comentó.

Svetlana Contreras, miembro del Consejo Asesor del Observatorio de Medios, señaló que la “competencia mediática” de los noticieros televisivos de sucesos ha provocado que la mujer sea victimizada por los medios.

“A veces los medios más bien tratan de justificar la violencia de los hombres. Este se puede evidenciar, en titulares como estos: ‘Tanto la quería, que hasta la mató’, es decir siempre se está justificando al hombre y culpando a la mujer”, apuntó.

El estudio recomienda visibilizar positivamente los roles de la mujer nicaragüense, diversificar las fuentes de información y los enfoques, evitar la imagen de mercadotecnia, auto-imponerse criterios éticos para informar y limitar el oficio como verdaderos periodistas, ser mediador y no juez.