

Claves para la comunicación de género: ¿qué dicen los manuales?

Por Amanda Terrero y Dixie Edith

Históricamente, el mundo, sobre todo en nuestras culturas occidentales, se ha definido en masculino y al hombre se atribuye la representación de la humanidad entera. ¿De qué hablamos cuando nos referimos al sexismo? Justamente de ese proceso que trata de invisibilizar lo femenino, en el cual la palabra ha sido una aliada.

El lenguaje español refleja “el predominio de lo masculino en la sociedad”, al usar “el masculino como sinónimo de lo universal”, perpetuando de este modo la discriminación hacia las mujeres¹. Por tanto, los medios de comunicación, que se sostienen sobre el ejercicio del lenguaje, tienden a reproducir mensajes muy sexistas.

En este camino, el desarrollo paulatino de los movimientos feministas alrededor del mundo, desde las primeras décadas del siglo XX, fue poniendo en evidencia la necesidad de herramientas que ayudaran a construir otros mensajes para reposicionar a las mujeres en el espacio comunicativo, como el sujeto político que son, y mostrarlas no como entes aislados en busca de un espacio, sino interrelacionadas con todos los procesos sociales.

Así, comenzaron a aparecer un conjunto de manuales de comunicación inclusiva, objeto de estudio del análisis que nos ocupa. Producidos en diversas zonas geográficas, desde diferentes instituciones u organizaciones, esos textos comparten bases teórico metodológicas comunes y llegan a conclusiones similares.

¿Cuáles son esos elementos comunes que identifican las recomendaciones para una comunicación con enfoque de género?



Manuales bajo la lupa

Para la realización de este análisis fueron estudiados 11 manuales² de comunicación inclusiva, elaborados en los últimos 15 años en Iberoamérica. La mayoría de ellos fueron coordinados o financiados por organizaciones mundialmente reconocidas por su labor en la lucha por la equidad y la igualdad de género, como agencias o fondos de las Naciones Unidas, o entidades no gubernamentales como América Latina Genera; en otros casos, fueron elaborados por instituciones académicas o, incluso, por medios de comunicación que incorporan enfoques de género en su diseño editorial. Cuatro de los manuales reconocen una autoría directa institucional; pero el resto está firmado por colectivos de autores entre los que se encuentran periodistas y académicas reconocidas por su especialización en temáticas relacionadas con el género.

Como pudiera preverse, fueron identificados más documentos de este tipo en aquellos países donde los movimientos feministas han sido mejor articulados y más visibles. Naciones como México, Argentina o España son frecuentemente mencionadas cuando

¹ Staff Wilson, M. (2005): *Lenguaje y género*. Panamá América. Documentos, Cátedra UNESCO, 2008.

² *Buenas practicas periodísticas desde la perspectiva de género*, AMECO, España (2007); *Hacia la construcción de un periodismo no sexista*, CIMAC, México (2009); *Comunicación, Género y Prevención de Violencia. Manual para comunicadores y comunicadoras*, Escuela de Periodismo, Honduras (2009); *Manual hacia un periodismo con conciencia de género: Creando buenas prácticas*, Asociación Civil de la Azotea, Argentina (2012); *Manual de Género para Periodistas*, América Latina Genera, Argentina (2012); *Comunicamos sin exclusión*, Cuba, (2014); *Manual de comunicación no sexista. Hacia un lenguaje incluyente*, Instituto Nacional de Mujeres, México (2015); *¿Cómo dices? Una Comunicación con equidad de género, una apuesta de Mugarik Gabe*, Mugarik Gabe, España (2017); *Guía para informar con perspectiva de Género*, Tribunal Constitucional de la República Dominicana (2017); *Manual para la incorporación de la perspectiva de género dentro de las organizaciones de medios de comunicación social*, Universidad Veracruzana, México (2018); *Manual para la producción de contenidos con enfoque de género para periodistas y medios de comunicación venezolanos*, AVESA, Venezuela (2019).

se habla de las luchas por la igualdad de género y coincide que son las zonas geográficas donde más manuales de comunicación inclusiva pudieron recuperar para esta indagación.

En línea con la aspiración de estos materiales, de promover la comunicación con enfoque de género, en todos los casos dos elementos transversalizan las recomendaciones: en primer lugar, la necesidad de apropiación de un lenguaje inclusivo y, en segundo, la manera en que se comunica la violencia de género.

Detrás de las palabras

Palabras como género, comunicación, información y medios se encuentran entre las más repetidas en los manuales estudiados, lo cual resulta lógico a partir de las temáticas que estos abordan. Pero una mirada más detenida aporta elementos interesantes.

Se habla mucho más de *mujeres* que de *hombres* en los manuales, algo que podría indicar que, a pesar de ser *género* un concepto relacional, que busca articular y explicar las relaciones entre hombres y mujeres, la lógica histórica de estas relaciones ha mostrado asimetrías de poder, generalmente en detrimento de las mujeres, con lo cual uno de los objetivos principales de estos manuales es visibilizar la presencia de las mujeres en la comunicación --tanto como productoras de la noticia como protagonistas de esta--, para conseguir, también, hacerlas visibles en la sociedad.

El término *violencia*, por su parte, debe su frecuencia a que uno de los nodos de la comunicación inclusiva pasa por la manera en que se comunican los casos relacionados con violencia de género y, por tanto, es un punto en el que estos manuales hacen especial énfasis.

En esta misma línea se encuentra el término *lenguaje*: como ya se advertía, el lenguaje, en tanto expresión material del pensamiento y la cultura, suele invisibilizar a las mujeres y naturalizar estereotipos de género. Por eso, todos los manuales estudiados, de una forma u otra, reservan un apartado específico con recomendaciones para el uso de un lenguaje inclusivo y no sexista.

A la par, la cantidad de veces que se repite la palabra *social* apunta a la necesidad de sacar los debates de género del espacio privado, doméstico --donde tradicionalmente se relega a las mujeres--, al espacio social, público. “Lo personal es político”, al decir de la intelectual francesa Simone de Beauvoir, considerada la madre del feminismo moderno.

Por otro lado, los términos *igualdad* y *derecho* hablan de la necesidad reconocida como urgente de utilizar la comunicación como plataforma para demostrar la necesidad de eliminar sesgos de acceso, ejercicio y disfrute de derechos para mujeres en comparación con sus congéneres.

Finalmente, la palabra *sexista* alude a ese proceso que trata de invisibilizar lo femenino y, en manuales que buscan transformar esa realidad, es lógico que su empleo sea reiterado.

Pero, ¿cómo se relacionan esas palabras entre sí? Cinco de estos términos más repetidos fueron seleccionados para un procesamiento relacional que revelara las interacciones con otras palabras clave, como puede verse en la imagen que acompaña a este texto: lenguaje, mujeres, violencia, hombres y género.

El término *lenguaje* se relaciona principalmente con *sexista*, lo que se orienta al énfasis en el uso de un lenguaje inclusivo que hace la mayoría de los manuales. Por otro lado, aunque en menor medida, se conecta también con *comunicación* y *género*, lo que resulta comprensible tratándose de manuales para la comunicación desde una perspectiva de género.

Luego, el término *género* se relaciona en mayor medida con *perspectiva* e *igualdad*, derivado del propio eje central de los documentos; pero también con *violencia*, lo que se corresponde con la frecuencia de este término y el énfasis que se hace en los manuales en lo referente a la comunicación de situaciones de violencia, como uno de los puntos esenciales en la comunicación con enfoque de género.

A su vez, la propia palabra *violencia* aparece muchas veces relacionada con *sexual*,

debido a que una de las manifestaciones de violencia de género más pública y peor tratada en los medios, según coinciden especialistas, es justamente la *violencia sexual*. En torno a los términos *mujeres* y *hombres* se evidencia un fenómeno interesante. Por un lado, *mujeres* es uno de los términos que más veces aparece relacionado con otros como: *hombres*, *igualdad*, *género*, *violencia* y *derechos*. Estos enlaces resultan lógicos, como ya se explicaba, por obra y gracia de la necesidad de hacer visibles a las mujeres, históricamente ocultadas e ignoradas por los medios de comunicación.

La palabra *hombres*, por su parte, no muestra casi relaciones con otras, con excepción de *mujeres* e *igualdad*, lo cual podría indicar que el concepto de género no se está analizando en los manuales en su total dimensión relacional, sino que su acercamiento está siendo unidireccional, pues parte inconscientemente de asumir que para los hombres la visibilidad ya está alcanzada.

El contexto de creación de los manuales es determinante. En los espacios geográficos donde existe más violencia de género, esta es más visible y/o hay más conciencia del problema, el término en cuestión tendrá más fuerza.

Por ejemplo, en el caso del manual de la Asociación Civil de la Azotea, de Argentina, se aprecia un tratamiento más intenso del tema de la *violencia*, lógico en tanto fue en este país suramericano donde se potenció el movimiento #Niunamenos, y donde la situación y la conciencia pública en torno a la violencia de género constituyen una prioridad para los movimientos feministas.

Mientras, en este mismo manual, el *lenguaje* tiene el punto más bajo de la línea de tendencia en el tratamiento acumulado, porque está más orientado a precisiones teóricas y menos al ejercicio directo del periodismo. En general, este texto tiene niveles de fluctuación de la frecuencia de los términos muy diferentes del resto, debido, precisamente, a que hace más énfasis en precisiones conceptuales sobre temáticas vinculadas al género.

Mientras, en los manuales de la Universidad Veracruzana (México), de Honduras y de Venezuela también se aprecia un tratamiento mayor de los temas de *violencia*, lo que responde a los índices elevados de violencia de género que se reportan en estos contextos. En estos casos, el término *lenguaje* también encuentra niveles menores, debido a que estos manuales dedican apartados muy pequeños a la forma de la comunicación no sexista.

Los manuales de AMECO (España), CIMAC (México), INMUJER (México) y América Latina Genera son los que más equilibrio encuentran en la distribución de los temas, en línea con su procedencia, pues se trata de organizaciones que tienen muy asumidas las perspectivas de género y el tratamiento de los temas de violencia y lenguaje de género es natural a sus dinámicas de trabajo. Además, son de los espacios con más experiencia en la elaboración de productos como estos.

El hecho de que algunos manuales no enfatizan en la *violencia* puede estar relacionado a la mirada muy general desde la cual se abordan las recomendaciones para la comunicación de género. Tal es el caso de Mugarik Gabe (España), Cuba, e INMUJER (México).

En busca de una comunicación con inclusión: las principales recomendaciones

Con una muy corta vida --aún en evolución--, los estudios comunicológicos desde la perspectiva de género han ido asumiendo el análisis de los procesos relacionados con el emisor, en su interés por develar los mecanismos del sexismo mediático, llamado por la doctora Isabel Moya *violencia simbólica* hacia las mujeres por razones de género³.

Al respecto, en su artículo "De las recomendaciones a los mecanismos: producción informativa y trasmisión de estereotipos de género", Juana Gallego, profesora de la Universidad Autónoma de Barcelona y autora de uno de los manuales, plantea como una de las conclusiones de su estudio sistemático del tema que "el discurso informativo

³ Moya Richard, I. (2002). "De Gutenberg al microchip, rompiendo silencios". En: Aula de Cultura Iberoamericana. Selección de Conferencias 2001-2002. Centro Cultural de España.

no contempla entre sus presupuestos la dimensión de género. Ni la contempla, ni sabe en qué consiste. Por tanto, es fácil comprender que haya un estado de confusión elevado por lo que respecta al abordaje que se hace de los temas relacionados con el género, que puede oscilar desde el rechazo a la comprensión”⁴.

En línea con las recomendaciones de Gallego y a modo de conclusión, los 11 manuales estudiados pudieran clasificarse en dos grandes grupos: los que poseen un enfoque más general y se refieren a todo el proceso de construcción del mensaje y otros, más específicos, que particularizan en ciertos temas, como la violencia machista, el sexismo en el lenguaje, la trata o los derechos sexuales y reproductivos, por solo citar algunos ejemplos.

Estos últimos son los que más abundan en la muestra seleccionada y pretenden que los llamados “temas de género” sean correctamente tratados. El desconocimiento que existe en los medios sobre muchos de estos asuntos, los prejuicios y estereotipos, provocan que se repitan los mitos que legitiman la discriminación, la subordinación o el estigma. Incluso, en ocasiones, pueden contribuir a naturalizarlos.

La mayoría de estos manuales propone subvertir las lógicas tradicionales del medio, construidas desde los presupuestos androcéntricos y patriarcales, para incorporar la perspectiva de género. Sin embargo, en otros se recomienda insistentemente aplicar esa mirada desacralizadora solo a las informaciones sobre las mujeres, pero a menudo ignoran que el género es un concepto relacional, que no solo busca visibilizar y devolver a las mujeres a su justo lugar social, sino también ubicarlas en el nodo de relaciones que se tejen con los hombres y también con otras mujeres, con las familias, con los espacios comunitarios e institucionales, etcétera.

Se debe asumir la multidimensionalidad de la categoría género para contextualizar los temas y articularlos con otras formas de opresión y exclusión, como las que se ejercen contra personas de diferente orientación sexual o identidad de género, por solo poner un ejemplo. Por tanto, una conclusión que puede servir de guía a partir del análisis de estos manuales es que se debe hablar de relaciones y no de mujeres y hombres por separado.

Finalmente, en un intento por sistematizar elementos comunes en la construcción de estos manuales de comunicación inclusiva, vale destacar algunas recomendaciones coincidentes:

- ✓ Necesidad de trascender la nota informativa o noticia y utilizar géneros periodísticos como los interpretativos y de opinión, que permiten reflexionar, profundizar, polemizar, ofrecer argumentos, presentar diferentes puntos de vista.
- ✓ Uso de un lenguaje no sexista. Este es quizás uno de los tópicos más debatidos. Pero si algo ha quedado claro en la polémica es que el lenguaje expresa el pensamiento hegemónico y este es patriarcal. Entonces, si no está preparado el medio para un cambio radical, pudieran irse introduciendo las modificaciones poco a poco: no usar hombre como genérico de humanidad, no referirse a las mujeres como esposas de... viudas de... en el caso que sea necesario referirse a su condición marital, escribir siempre su nombre y apellidos, feminizar las profesiones, etcétera.
- ✓ Ofrecer protagonismo informativo a las mujeres, pero huir de tópicos como alusiones constantes a su físico o manera de vestir; o al uso de frases estereotipadas. Colocarlas como protagonistas de la información y también como fuentes.
- ✓ Recordar que no existe una mujer, sino muchas maneras de ser mujer; de ahí la necesidad de presentar esa diversidad.

⁴ Gallego, J. (2004) “De las recomendaciones a los mecanismos: producción informativa y transmisión de estereotipos de género”. En Vera, M.T. y Ballesteros R.M. (2004). Mujeres y Medios de Comunicación. Imágenes, Mensajes y Discursos. Málaga: Universidad de Málaga.

- ✓ Evitar la victimización o revictimización de las mujeres u otras personas en condiciones de vulnerabilidad o que sean víctimas de violencia.
- ✓ Evadir el tratamiento de rareza o hecho insólito ante acontecimientos donde los hombres asumen conductas no tradicionales.
- ✓ Incorporar la subjetividad y la experiencia vivida –las historias personales– como elementos válidos del discurso periodístico.
- ✓ Rechazar cualquier tipo de expresión que perpetúe la violencia, sea sexista o no.
- ✓ Entender que no puede reclamarse una objetividad que está puesta en entredicho desde el momento en que existe desigualdad. La perspectiva de género permite reclamar la igualdad, por lo que tiene un evidente potencial político, que se concreta en la búsqueda del cambio social para lograr una sociedad más justa.
- ✓ Romper los estereotipos y neutralizar las imágenes negativas que se ofrecen, proponiendo nuevos símbolos más positivos sobre lo masculino y lo femenino.