



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

DOCTORADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

TESIS DOCTORAL

Título:

Prensa gráfica, relaciones de género y cambio social

**Autora: Trad. Púb. Norma Beatriz Jiménez
(Noor Jiménez Abraham)**

Tutoría: Dr. Pedro Naón Argerich

Co-tutoría: Lic. Gustavo Daniel D'Orazio

Julio, 2012.

e-mail: noor.j.abraham@gmail.com

ÍNDICE

	<u>Pág.</u>
Agradecimientos	5
I – La investigación	8
1 – Problema	9
1 – 1 Las cuestiones de género	10
1 – 2 Representaciones en la gráfica	14
2 – Justificación	16
2 – 1 Lo que el lenguaje oculta	19
3 – Antecedentes	32
3 – 1 Desde lo normativo	33
3 – 2 En la sociedad	37
4 – Marco teórico	39
4 – 1 Los Estudios Culturales	39
4 – 2 Posmodernidad y medios	41
4 – 3 Feminismo y género	45
5 – Hipótesis	54
6 – Objetivos	55
6 – 1 Generales	55
6 – 2 Específicos	56
7 – Metodología	57
II– Los relatos inaugurales	61
1 – Ellas y ellos en los orígenes	62
2 – Cuestión de obediencia	64
2 – 1 Pandora	64
2 – 2 Eva	66
2 – 3 Lilith	69
Cómo lo dice el mundo	71
III-Trabajo de campo: Contextos periodísticos	72
1 – Deportes	73



1 – 1 Mundial no es universal	73
1 – 2 Inclusión social	79
1 – 3 Asimetrías	82
Cómo lo dice el mundo	85
2 – Sociedad	87
2 – 1 El estudio	87
2 – 2 Violencia	94
Cómo lo dice el mundo	103
3 – Ciencias/Salud	104
Cómo lo dice el mundo	109
4 – Economía	112
Cómo lo dice el mundo	119
5 – Información General	120
Cómo lo dice el mundo	127
IV- Trabajo de campo: Publicidad	128
1 – Mercado de estereotipos	129
1 – 1 Mamita	130
1 – 2 ¿Qué comemos hoy?	133
1 – 3 Mirate	135
1 – 4 Lavavajillas	137
1 – 5 Las estrategias	140
Cómo lo dice el mundo	144
2 – Los mandamientos	145
Cómo lo dice el mundo	153
3 – Qué pasa con ellos	154
Cómo lo dice el mundo	156
V – Conclusiones	157
1 – Medios gráficos argentinos y las relaciones de género	158
Cómo lo dice el mundo	176
2 – Modelo de trabajo	177
Sugerencias generales	177
Sugerencias específicas	178



Cómo lo dice el mundo	182
VI- Anexo	183
1 – Entrevistas	184
1 - 1 Sobre las personas entrevistadas	184
1 - 2 Cuestionario	185
1 - 3 Declaraciones en extenso	186
Cómo lo dice el mundo	206
2 – Glosario	207
Cómo lo dice el mundo	224
3 – Apéndice	225
3 – 1 Notas referidas al lenguaje	225
3 – 2 Notas utilizadas en el análisis periodístico	240
3 – 3 Publicidades gráficas analizadas	256
3 – 4 Artículos originales tomados para la traducción	293
Bibliografía	312



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

AGRADECIMIENTOS

Desde la convicción de que cada persona debe comprometerse con el entorno social en el que se desarrolla y con el ambicioso pero no menos sincero propósito de aportar lo mejor de mí a la comunidad a la que pertenezco, me he atrevido a soñar con que las ideas que fui elaborando en mi derrotero por la vida sirviesen al proceso de cambio. Más allá de disquisiciones teóricas, el presente estudio se concibe como un análisis crítico del estado de situación.

Este proyecto se desarrolló a lo largo de varios años de observaciones analíticas y su evolución fue presenciada por las personas que compartieron distintas situaciones de mi vida. Agradezco a quienes, además de escucharme, contribuyeron a la elaboración de estas teorías, mostraron interés o aceptaron el desafío de un esfuerzo intelectual que les era ajeno; la mirada paciente, los comentarios, las críticas intuitivas y las preguntas espontáneas favorecieron el proceso, en algunos casos, con devoluciones que me condujeron a nuevas formas de pensamiento.

Entre las personas trascendentes para mis evoluciones, doy gracias a Johanna y Alejo, con quienes cada día renuevo el desafío de respeto y aceptación frente a la singularidad de los seres humanos.

Tefa, mi madre, una presencia determinante en mi vida, ejemplo de voluntad y entereza en las acciones.

Lalo, mi papá, quien me enseñó a volar, a creer en mi propia esencia y que aún hoy me guía desde algún lugar del universo.

También, ha sido importante la imagen de mi hermana Leonor y de mi tía Zulema Abraham, fuertes espejos familiares, quienes me han tendido su mano en momentos en que todo parecía derrumbarse.

A mis amigas, personas que han presenciado el crecimiento de este trabajo tanto en la compañía como en la contención de las vivencias que simultáneamente fui experimentando y que me han confirmado que ese reiterado cliché sobre lo imposible de la hermandad entre mujeres es solo un argumento para debilitar nuestra fuerza.

Mi agradecimiento también para Gustavo y Marcelo, periodistas sensibles, que me acercaron su mirada masculina, generosa e intuitiva, junto con su buena predisposición.

Dos integrantes del equipo académico de la Universidad del Salvador, el profesor Leonardo Cozza, quien siempre tradujo su fe en este proyecto a través del aliento brindando desde su enorme bagaje intelectual y el doctor Pedro Naón Argerich, que con paciencia aliviaron algunos escollos que se presentaron en la marcha de esta investigación

Y María Inés, con la escucha atenta a la expresión de mis anhelos, que colaboró para que pudiera materializarlos, ya desde aquel libro suyo que me obsequió cuando le expresé que lo consideraba una lectura iniciática en mi derrotero por estos saberes.

Además, quisiera dar cuenta de que mi situación en los campos personal y del trabajo se han visto altamente modificados a medida que realizaba este estudio, que me ha llevado, por ejemplo, a participar activamente en una ONG contra la trata de personas –Ratt, Red Alto al Tráfico y a la Trata- y a unirme a un grupo de profesionales de los medios –Par, Periodistas de una Argentina en Red por una Comunicación no Sexista- con el propósito de cooperar activamente en el logro de una sociedad más equitativa.

A ambas organizaciones, a colegas que con desinterés dedican su tiempo y esfuerzo a la búsqueda de la justicia, agradezco desde mi más íntimo ser la posibilidad de experimentar a su lado el crecimiento no solo profesional sino también humano que me atravesó a lo largo del tiempo compartido.

En el camino de investigación para este trabajo conocí a muchas personas que enriquecieron la tarea que realizaba y que, en un proceso interactivo, han sido un fuerte disparador para ir redireccionando el rumbo profesional, por lo que gran parte de las conclusiones que vuelco en el resultado concluido las he tomado como viraje en lo que se refiere a las acciones laborales.

Actualmente, dicto cursos sobre comunicación, medios y género en distintas reparticiones, ya sea públicas o privadas, además de elaborar talleres sobre trata de personas tanto para profesionales como para público general. Por otro lado, participo en congresos, coloquios, charlas, siempre con la intención de llevar luz sobre estos temas y de que, tal como sucedió con la experiencia del

Mono Cien¹, los conceptos se vayan replicando hasta ser incorporados masivamente.

Varios de los talleres los he dado a profesionales que se interesaron de tal forma que han asumido la tarea de replicar en un modo casi militante, por lo que, la sensibilización previa necesaria para una posterior toma de conciencia, son parte de las expectativas que dieron origen al armado de esta tesis.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

¹ Ver relato de la experiencia en páginas 43 y 44 de este trabajo.

I - LA INVESTIGACIÓN



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

1 - Problema

Una singular paradoja circunscribe el entendimiento entre los seres humanos, dado que, si bien habitual y necesaria, la comunicación se convierte en una de las más complejas actividades cotidianas cuando las partes involucradas no logran relacionarse con mensajes eficaces, lo que se transforma en un acto de sentidos desencontrados.

Gran parte de la información de la que se nutren las personas proviene de los medios masivos; éstos construyen una realidad, en cuanto seleccionan determinados ítems de los que otros resultarán descartados. De aquellos elegidos, se privilegiarán ciertos aspectos a partir de cuestiones tales como su característica de noticiable, en algunos casos, o de la línea editorial que respalde la ideología de la publicación.

Quienes reciben los mensajes mediáticos, generalmente, carecen de la posibilidad del conocimiento cabal de lo que pasa, dado que no poseen la totalidad de los datos sobre las situaciones, este aspecto puede desembocar en la percepción de la realidad a través de las personas que la cuentan. Sucede que, cuando se trata de los medios de comunicación masiva, debido a la amplia llegada de sus mensajes, las distorsiones o miradas con sesgo selectivo son de gran efecto. En la introducción del libro de PEARSON, TURNER y TODD-MANCILLAS sobre comunicación y género se especifica: "Tanto la influencia de otras personas y del medio ambiente, como las alteraciones que ocurren a causa del paso del tiempo o los cambios en nuestras respectivas culturas, afectan al proceso comunicativo."²

Desde la sociología, el psicoanálisis, la ética, la semiología y otros campos de estudio que, a partir de las ciencias sociales, han sido visualizados en sus zonas interdisciplinarias con respecto a la Comunicación, se buscó dar cuenta de los móviles que se ponen en juego al contar a través de los medios, ya que en ellos confluyen el desafío posmoderno de lo que Morin describió como:

La falta de adecuación (...) de nuestros saberes disociados, parcelados, compartimentados entre

² PEARSON, Judy; TURNER, Lynn; TODD-MANCILLAS, W. *Comunicación y Género*. Paidós Comunicación, Barcelona, 1993. Pág. 54.

disciplinas y, por otra parte, realidades o problemas cada vez más pluridisciplinarios, transversales, multidimensionales, transnacionales, globales, planetarios.³

Si bien hace tiempo que fue descartada la teoría de la aguja hipodérmica -según la cual los contenidos pasan desde los medios directamente al receptor-, al haberse alejado las personas de la participación activa y presente de la comunidad que conforman, establecen un porcentaje de sus relaciones a través de la pantalla, la antena, el papel, la fibra óptica u otras formas de la tecnología de las que se valen las comunicaciones.

El propósito de esta tesis será analizar el grado de registro de los medios gráficos argentinos con respecto a la compleja variedad de manifestaciones en cuanto al género.

La investigación estudiará los discursos con que se presentan las connotaciones de género tanto en los artículos periodísticos como en las publicidades, es decir, que más allá de que la intención del mensaje sea informar o vender, el objetivo es analizar de qué modo se reflejan los modos del ser de varones y mujeres.

1 – 1 Las cuestiones de género

Dado que en la opinión pública influyen aspectos socio-demográficos, antropológicos, sociológicos y psico-gráficos, entre otros, no existe una conclusión general que indique cómo se genera una tendencia en el pensamiento popular, pero sí se pueden determinar aspectos que aparecen en su formación y que provocan que no siempre se ajusten a la verdad cuestiones naturalizadas que se consideran inmodificables

La inequidad en cuanto al género carga con una ideología que emana desde el poder –ya sea económico, político, judicial, religioso o de los medios de comunicación- y necesita de la presencia de personas subalternas –que lo serán, en más alto o menor grado- de acuerdo con circunstancias como

³ MORIN, Edgar. *La cabeza bien puesta. Repensar la reforma. Reformar el pensamiento.* Cap. 1. "Los Desafíos". Nueva Visión. Buenos Aires. 1987. Pág. 13

pobreza, etnia, creencia espiritual o nivel de conocimientos- en la connivencia forzada que resulta del predominio de algunos seres humanos por sobre otros.

Con la herencia del mundo teocéntrico medieval, donde las mujeres eran pensadas carentes de alma o perseguidas por brujas hasta morir en la hoguera acusadas por la inquisición, la modernidad se argumenta a través del dominio; el progreso es el estandarte que estructura la presencia de los grandes relatos que dejarán de lado a todas las personas subordinadas que no incluyan las justificaciones normativas en pos de la mirada única.

El centro, el varón, pero no cualquiera de la especie, sino aquél con occidente como origen –de preferencia europeo-, que sea propietario, instruido, de raza blanca, sano, fuerte y heterosexual. La sociedad será transmisora de esos valores y tendrá, luego, en los medios de comunicación, poderosas herramientas para perseverar en estos delineamientos que ubica en un rol inequitativo a toda aquella persona débil, es decir quienes no encajen en estos parámetros.

La discriminación en cuanto al género involucraría entonces a más del cincuenta por ciento de la población mundial –como mínimo, a todas las mujeres- sin embargo, al momento de elaborar estrategias de acciones positivas, la dialéctica dominante suele vincularlas con pautas reivindicatorias de reducidos sectores y deja de lado los efectos que las estigmatizaciones reflejan sobre la cotidianeidad masculina.

Como ejemplo cabe citar la contratapa del libro *La sociedad transparente* del filósofo italiano Gianni Vattimo donde textualmente se dice “(...) la liberación de las minorías (los punks, la mujer, los homosexuales, los negros) (...)”⁴ Paradójicamente, es el filósofo italiano uno de los intelectuales que celebra la flexibilidad que permiten los cambios introducidos de la mano del pensamiento posmoderno.

Es decir, existe una negación social de la problemática, que los medios recogen y reproducen, por la que se reduce estos temas a una cuestión solo de los grupos que toman a la protesta como el instrumento para no convalidar el *statu quo*. Encierra este pensamiento una doble discriminación, en primer término, al negar a las mujeres su trascendencia para la humanidad. En

⁴ VATTIMO, Gianni. *La sociedad transparente*. Paidós, Barcelona, 1996. Contratapa.

segundo plano, se aleja a los varones del análisis en cuanto al género, como si su existencia no estuviera capturada en dichas conceptualidades, por lo que se omite el valioso análisis de los perjuicios que también los construyen.

Sin embargo, los hombres serán tenidos en cuenta frente a estas reivindicaciones cuando se los contemple por alguna disociación frente al modelo de características androcéntricas que los eleva por sobre el resto de la humanidad. Entonces los conflictos se originarán al colisionar con el parámetro único de tendencia sexual, religión, etnia, salud, apariencia y otros tantos esquemas que se suman al modelo único. Este ideal de varón se puede visualizar fácilmente en las publicidades, donde se los presenta como fuertes, consumidores, con poder adquisitivo, sanos, heterosexuales.

Aunque la cotidiana y accesible difusión de las distintas formas que adquiere el mundo es inversamente proporcional a la imagen paradigmática de un ser humano ideal, representada en el hombre conquistador, el compromiso todavía parece reducirse a la voluntad de grupos involucrados y a la solidaridad de algunos intelectuales, frente a los vestigios de reticencia que aún emergen al momento de incorporar pensamientos de ruptura.

Diana Maffía expresa:

Durante siglos, la definición del sujeto relevante no fue hecha por las propias comunidades sino que fue un resorte de poder de quienes desde la teología, la ciencia y el derecho pusieron las reglas que recortaban el estrecho círculo de la ciudadanía. Un círculo que establecían los sujetos hegemónicos alrededor de sí mismos, dejando fuera a todas las mujeres pero también a muchas masculinidades subalternizadas. Un círculo androcéntrico.⁵

La tradición iluminista-positivista ha señalado que la racionalidad es el triunfo de la razón sobre la irracionalidad. Si bien esta ideología se ha impuesto a lo largo de la historia del pensamiento humano, existe un componente irracional que no fue posible abandonar y que, inevitablemente, los individuos han transferido a las sociedades. Residiría quizás allí la justificación de un marco conceptual que permita las marginaciones.

⁵ MAFFÍA, Diana. Curso Filosofía Feminista dictado en Librería de las Mujeres. Buenos Aires. Septiembre, 2008.

El consenso naturalizado que homogeniza todo tipo de vulnerabilidad de la que se valen distintos tipos de discriminación -por sexo, clase social, etnia, pertenencia religiosa, características físicas o elección sexual- se encuadran en el paradigma históricamente exclusivo.

Quienes experimentan las asimetrías, a su vez, suelen aceptar las descalificaciones dado que, tal como lo postuló Marshall McLuhan “el único que no percibe el agua ni recapacita sobre ella, porque vive inmerso en ese elemento, es el pez”.⁶

Los medios de comunicación masiva están en condiciones de mostrar las diferentes manifestaciones de seres humanos que comparten el espacio social, ellos tienen la posibilidad de traspasar los mandatos y exhibir un mundo donde hombres y mujeres se representan en formas disímiles.

Según Max Horkheimer:

Por regla general, el individuo acepta naturalmente, como preestablecidas, las destinaciones básicas de su existencia, esforzándose por darles cumplimiento; además, encuentra su satisfacción y pundonor en resolver, con todos los medios a su alcance, las tareas inherentes a su puesto en la sociedad (...)⁷

Las exigencias dispares impactan en el desarrollo tanto de mujeres como de varones, ellos también serán depositarios de prejuicios que, desde otras miradas, los obligarán a desempeñarse como los “reyes de la selva” y quien no materialice el mandato deberá ser dejado de lado por su debilidad para adaptarse a un medio que les exige dominar al mundo por sobre todas las cosas. Los que no cuenten con los atributos necesarios, los débiles, serán desplazados del bloque monolítico de los individuos superiores.

En el caso de las mujeres, las inequidades llegarán al punto de que sus vidas estén coartadas a desarrollarse en la plenitud de sus capacidades, se buscará incluirlas en un sistema simbólico en el que el sometimiento se naturaliza hasta la perversidad de las necesidades básicas insatisfechas.

El sexólogo Juan Carlos Kusnetzoff así reflexiona con respecto al tema:

⁶ McLUHAN, Marshall en SINAY, Sergio. *La masculinidad tóxica*. Ediciones B Argentina. Buenos Aires, 2006. Pág.15.

⁷ HORKHEIMER, Max. *Teoría crítica*. Amorrortu, Buenos Aires, 1974. Pág. 240.

Los siglos precedentes estuvieron regidos por presiones de género, no solo para ellas, sino también para ellos que, exigidos por las expectativas culturales, tuvieron que hacerse cargo de un papel de “macho” que poco tiene de hombre. Quizás sea hora de rever roles y empezar a disfrutar de las diferencias sexuales sin imponernos tantas reglas.⁸

1 – 2 Representaciones en la gráfica

Con los fines propuestos, se considerarán tres diarios argentinos - *La Nación*, *Clarín* y *Página 12* - y una de las revistas que cada una de dichas publicaciones editan – *Viva*, *La Nación Revista* y *Las 12* - en una muestra de artículos seleccionados al azar que ilustren los discursos con que se presentan las características de género en la vida cotidiana.

Si bien el período estudiado es de octubre de 2005 a septiembre de 2007 y, en la actualidad, al momento de entregar el trabajo, existe un mayor nivel de conciencia sobre la problemática, cuestión que, además, ha impactado en el campo normativo, la situación no se ha modificado en la forma requerida como para producir los cambios necesarios. De todos modos, durante el análisis, se hará mención de las medidas que al presente convergen al fin de esta tesis.

Un aspecto a tener en cuenta es evitar la reducción analítica que suele hacerse al vincular los asuntos relacionados al género como específicos a los intereses solo de mujeres, vistos en un eje opuesto al interés general y no como inherentes a él, dado que los hombres también forman parte, en casi un cincuenta por ciento, de las relaciones establecidas.

En la mirada de los medios, se suele circunscribir el tratamiento de temas con referencia al género como la sección mujer de una publicación o las peticiones de un grupo de feministas, lo que resta seriedad al enfoque e invade de prejuicios las posibles devoluciones. Además, es común que se excluya a los varones, quienes juegan un papel esencial tanto en los contextos como en los comportamientos

⁸ KUSNETZOFF, Juan Carlos. “Sexualidad y algo más” en *Psicología* + de septiembre de 2009. Vida Producciones S:A. Buenos Aires. Publicación N° 12. Pág. 55

El género es una condición de las personas que se define en el entramado social, por lo que sus características -flexibles y variables- tornan absurda la idea de inmovilidad en las asignaciones identitarias.

De acuerdo a la definición del *Diccionario de estudios de género y feminismos*:

Lo femenino y lo masculino se conforman a partir de una relación mutua, cultural e histórica. El género es una categoría transdisciplinaria que desarrolla un enfoque globalizador y remite a los rasgos y funciones psicológicos y socioculturales que se atribuye a cada uno de los sexos en cada momento histórico y en cada sociedad.⁹

Se debe tener en cuenta que estas manifestaciones atraviesan épocas, espacios, etnias, clases sociales, culturas, es decir, no existe persona que no se vea afectada por las significaciones que se le atribuyen al pertenecer a uno u otro sexo por lo que, tanto mujeres como varones será en quienes se depositen los valores culturales propios de la época que viven.

En estas representaciones, que se combinan con todas las demás socialmente constitutivas de los seres humanos, se manifiesta un juego de poder que, mientras desfavorece a las mujeres es en extremo demandante con los varones y que, además, no suele circular, como resulta necesario en cualquier espacio humano.

Sin embargo, las funciones sociales en la relación entre géneros han experimentado profundos procesos de cambio, más vertiginosos que los que solían acompañar los antiguos roles. Esta renovación necesita de ser aceptada por el *status quo* imperante y por las instituciones que han de darle sentido a la concreción en todas las áreas; es así como el sistema legal, las religiones, la escuela, la economía, los medios de comunicación deben expresar estos cambios sociales.

La perspectiva de género aplicada a los mensajes de los medios masivos de comunicación implica dar cuenta de diferenciaciones en prácticas, valores y circunstancias que se originan con respecto a las personas de sexos anatómicos distintos.

⁹ GAMBA, Susana B. (coordinadora) *Diccionario de estudios de género y feminismos*, Editorial Biblos, Buenos Aires, 2007. Pág. 119.

2 - Justificación

Si bien en la base de los conflictos en las manifestaciones de género se visualiza la inequidad como la consecuencia más directa, resultan inherentes a las expresiones con que se las representa, ciertos componentes discriminatorios que afectan universalmente a las diferentes formas de seres sociales.

Intérpretes del acontecer social y político, los medios de comunicación se vuelven actores decisivos al difundir, convalidar o reforzar modelos que, en gran parte de los casos, pueden estigmatizar a hombres y mujeres, lo que resulta en una asimétrica postergación femenina, a la vez que proyecta en los varones un discurso agobiante en la exigencia de cualidades que los someten ante la demanda de rígidos parámetros.

Los medios de comunicación masiva resultan una de las instituciones que influyen en las personas; en ciertos casos, desempeñan un rol social como educadores no formales, por lo que resulta determinante su gravitación en los esquemas mentales y las pautas de conducta de quienes reciben sus mensajes.

Por consiguiente, dada su influencia en las construcciones que los receptores forjan de la realidad, los medios son un eslabón determinante en la cadena hacia el alejamiento del *statu quo* para encarar el desafío de ser permeables a los cambios en el devenir social.

Ya que cada vez que las coberturas mediáticas encorsetan a un grupo según esquemas preconcebidos, se empobrecen los argumentos y se perjudican quienes participan, lo que no solo puede redundar en la descalificación de las diversas características individuales –ya se trate del afán informativo o de la elección de un producto- sino también, de ignorar los cambios imperantes en las representaciones sociales.

Con el pretexto de circunstancias relativas a cuestiones como religión, etnia, cultura, elecciones sexuales, condiciones de salud, edad, género, estrato social y cualquier otro rasgo que se utilice para la diferenciación valorativa de los seres humanos, la sociedad estigmatiza las características que no concuerdan con el patrón normativo que emerge de los grupos de poder.

En este sentido, cabe analizar si los medios de comunicación consolidan modelos al reforzar expresiones sexistas mediante la retransmisión de cánones estancos que se apartan de consideraciones inclusivas.

El sexismo, que se entiende como "las actitudes que favorecen y perpetúan la desigualdad y la jerarquización en el trato que reciben las personas y que se hace sobre la base de la diferenciación sexual"¹⁰ enmarcaría mensajes tendientes a reforzar las relaciones inequitativas

Entre los atributos asignados al rol femenino existe un conservador disciplinamiento en cuanto a la entrega incondicional a la familia, el esmero por las tareas domésticas, la búsqueda de un cuerpo acorde al moldeado por la economía de mercado y la sumisión frente al poder androcéntrico.

Diversos grupos mixtos de activistas y asociaciones masculinas interesadas en la temática, cuestionan la hegemonía dominante y coinciden en que la integración de los varones en la lucha -tanto por el avance sociocultural como por el progreso económico- resulta indispensable para deshacer las desigualdades institucionalizadas. Estas organizaciones ven en los medios de comunicación los aliados necesarios para llevar adelante las modificaciones correspondientes.

Los derechos humanos se denotan en la integración de su conjunto, si bien, más que considerarlos de manera absoluta, en determinadas circunstancias es necesario privilegiar unos sobre otros. La intervención de las personas excluidas en la toma de conciencia para que exijan no ser desplazadas por encima de la voluntad de quienes arbitran los instrumentos para promover las equiparaciones, puede ser alentada o no desde los medios de comunicación en su papel de educadores no formales.

En relación con los varones, las exigencias redundarán en cuanto al éxito en el campo profesional, su desempeño en el sexo con una mirada hacia la homofobia, la lejanía de todo lo que tenga que ver con el hogar y una predisposición a convertirse en el superhéroe que todo lo puede, sabe y nada teme.

Estas asignaciones se vuelven extremadamente perjudiciales en el caso de las mujeres dado que no solo favorecen su alejamiento de la vida pública sino

¹⁰ <http://www.periodismosocial.org.ar/glosario.cfm?lt=S>. Página consultada el 17 de agosto de 2011

que tienden a naturalizar situaciones aberrantes por las que corren peligro sus vidas como lo son los femicidios y la trata de personas con fines de explotación sexual.

Es así que al consolidar mensajes que invisibilizan las verdaderas manifestaciones en los roles de género y los cambios que se presentan, se repetirán frustraciones por desatender al modelo en el reordenamiento de conductas complacientes para las que la exigencia sistemática desemboca en la sobre adaptación.

Al estar ubicados en uno de los estratos en los que se delega el poder social, la mirada de la realidad y la forma de interpretarla que presentan los medios de comunicación es seguida por un público inmerso en un sistema que les muestra que allí aparece lo que verdaderamente tiene existencia.

Podría entonces establecerse un paralelismo con lo expresado por Gayatri Chakravorty Spivak al referirse al peligro de que la intelectualidad trabaje, de manera consciente o no, a favor de la dominación de las personas en estado subalterno, al no brindarles un espacio desde donde puedan hablar:

De esto se desprende que el intelectual no debe –ni puede-, en su opinión, hablar “por” el subalterno, ya que esto implica proteger y reforzar la “subalternidad” y la opresión sobre ellos.¹¹

Es decir, repetir los mensajes dominantes lleva a su consolidación, los refuerza -aun después de tanto despliegue activista e intelectual en esfuerzos por trascender este destino marcado como incuestionable.

Los medios de comunicación son transmisores de mensajes que, por cierto, como en toda actividad donde intervienen seres humanos, llevan anexada una ideología. Debido al grado de confianza que generan entre quienes los eligen y a la falta de espíritu crítico, cercenado históricamente en las personas a través de una trama social que ha provocado su adormecimiento, si las representaciones están regidas por el ajuste a estereotipos, se refuerza la dominación ejercida desde el poder. En el presente, la conducta de los medios puede acelerar, modificar, entorpecer o descalificar estos procesos, dado que lo que mediante ellos se expresa adquiere un valor de relevancia exponencial.

¹¹ SPIVAK, (s/d). Pág. 3.

2 -1 Lo que el lenguaje oculta

A lo largo de la historia de las civilizaciones, la mediación humana ha cargado de significado palabras, comportamientos e imágenes. En cuanto al papel que en el discurso cobra el lenguaje - herramienta por la que el mundo adquiere identidad y se visibilizan conceptos, pensamientos y nuevas significaciones-, la incidencia es profunda en las cuestiones de género. El nombre es esencial para las representaciones sociales, aquello que queda sin denominación no es reconocido, si bien la Real Academia Española continúa con su política de ignorar las asignaciones sociales en cuanto a hombres y mujeres.¹²

Con la idea de Teun Van Dijk en cuanto a que el discurso no es solo texto, sino también una forma de interacción:

¹² <http://buscon.rae.es/dpd/!SrvltGUIBusDPD?lema=g%C3%A9nero2>. Página consultada el 16-4-11. 2.1. En los sustantivos que designan seres animados, el masculino gramatical no solo se emplea para referirse a los individuos de sexo masculino, sino también para designar la clase, esto es, a todos los individuos de la especie, sin distinción de sexos: *El hombre es el único animal racional; El gato es un buen animal de compañía*. Consecuentemente, los nombres apelativos masculinos, cuando se emplean en plural, pueden incluir en su designación a seres de uno y otro sexo: *Los hombres prehistóricos se vestían con pieles de animales; En mi barrio hay muchos gatos* (de la referencia no quedan excluidas ni las mujeres prehistóricas ni las gatas). Así, con la expresión *los alumnos* podemos referirnos a un colectivo formado exclusivamente por alumnos varones, pero también a un colectivo mixto, formado por chicos y chicas. A pesar de ello, en los últimos tiempos, por razones de corrección política, que no de corrección lingüística, se está extendiendo la costumbre de hacer explícita en estos casos la alusión a ambos sexos: «*Decidió luchar ella, y ayudar a sus compañeros y compañeras*» (*Excelsior* [Méx.] 5.9.96). Se olvida que en la lengua está prevista la posibilidad de referirse a colectivos mixtos a través del género gramatical masculino, posibilidad en la que no debe verse intención discriminatoria alguna, sino la aplicación de la ley lingüística de la economía expresiva; así pues, en el ejemplo citado pudo —y debió— decirse, simplemente, *ayudar a sus compañeros*. Solo cuando la oposición de sexos es un factor relevante en el contexto, es necesaria la presencia explícita de ambos géneros: *La proporción de alumnos y alumnas en las aulas se ha ido invirtiendo progresivamente; En las actividades deportivas deberán participar por igual alumnos y alumnas*. Por otra parte, el afán por evitar esa supuesta discriminación lingüística, unido al deseo de mitigar la pesadez en la expresión provocada por tales repeticiones, ha suscitado la creación de soluciones artificiosas que contravienen las normas de la gramática: [⊗]*las y los ciudadanos*.

2.2. Para evitar las engorrosas repeticiones a que da lugar la reciente e innecesaria costumbre de hacer siempre explícita la alusión a los dos sexos (*los niños y las niñas, los ciudadanos y ciudadanas, etc.*; → 2.1), ha comenzado a usarse en carteles y circulares el símbolo de la arroba (@) como recurso gráfico para integrar en una sola palabra las formas masculina y femenina del sustantivo, ya que este signo parece incluir en su trazo las vocales *a* y *o*: [⊗]*l@s niñ@s*. Debe tenerse en cuenta que la arroba no es un signo lingüístico y, por ello, su uso en estos casos es inadmisibile desde el punto de vista normativo; a esto se añade la imposibilidad de aplicar esta fórmula integradora en muchos casos sin dar lugar a graves inconsistencias, como ocurre en [⊗]*Día del niñ@*, donde la contracción *del* solo es válida para el masculino *niño*.

un análisis extenso del discurso supone una integración del texto y el contexto en el sentido de que el uso de un discurso en una situación social es al mismo tiempo un acto social¹³.

Las circunstancias descritas y la consiguiente cita textual tomada de diarios y revistas, exhiben ejemplos frecuentes de la representación hegemónica normalizada por el lenguaje y la presencia de imágenes que refuerzan la asimetría del discurso. El uso cotidiano vela la trascendencia de los significados ya que, por habituales, se tiende a no analizarlos de modo de contrarrestar sus efectos discriminatorios.

Tal como lo sintetiza la filóloga española Teresa Meana Suárez "La lengua constituye, como mínimo, el reflejo de la realidad, de la sociedad que la utiliza. Así como la sociedad es racista, clasista, heterosexista, la lengua también lo es".¹⁴

Algunas de esas simbolizaciones son:

1-. La idea de humanidad unida al concepto de varón a través de la palabra hombre.

(...) el proyecto Genoma Humano nos obliga a reflexionar sobre los límites del hombre¹⁵

2-. La utilización del masculino para indicar lo genérico o para el plural mixto, lo que conlleva, como en el caso anterior, una exclusión de lo femenino.¹⁶

Los intelectuales del mundo y La Nación¹⁷

¹³ VAN DIJK, Teun. *La noticia como discurso, comprensión, estructura y producción de la información*. Paidós, Barcelona, 1990. Pág. 52.

¹⁴ MEANA SUÁREZ, Teresa. *Porque las palabras no se las lleva el viento...* Pág. 11, en http://webs.uvigo.es/xenero/profesorado/teresa_meana/sexismo_lenguaje.pdf. Página consultada el 1 de agosto de 2010.

¹⁵ SCHETTINI, Adriana. "La buena medicina" en *La Nación Revista* del 1 de octubre de 2006. Pág. 56

¹⁶ En otros idiomas existe una tercera palabra que implica los dos géneros. Por ejemplo: Inglés: Hijo: son – hija: daughter - plural mixto: children.

Francés: Hijo: fils – hija: fille – plural mixto: enfants.

En el idioma inglés, se usa la tercera persona del plural –they- que no alude a un sexo en particular, en los casos en los que se hace referencia a una sola persona –él o ella- sin saber su género.

¹⁷ ARANA, Patricio. "Edwy Plenet: Cuando solo hay una opinión, la política se muere" en *La Nación* del 30 de agosto de 2006. Pág. 1.

El periodista tiene un papel especial, porque la libertad de prensa es sinónimo de democracia.¹⁸

3-. En la referencia a una mujer se hace la distinción entre *señora* y *señorita*, es decir, se deja establecido si es casada, situación civil que, en muchas circunstancias, se une a conceptos de madurez o de jerarquía.¹⁹ Estas condiciones no resultan importantes cuando se alude a un hombre, dado que en todos los casos serán denominados *señor*.²⁰

Su experiencia personal como *señora* ayudó a elaborar algunas conclusiones.²¹

Se observa así el tratamiento diferente en cuanto al género. La lengua, por momentos, ignora lo femenino y, en otros, resalta la asimetría jerárquica.

4-. Cuando de niños se trata, se atribuyen connotaciones positivas al hecho de que sean revoltosos, desordenados, rebeldes o desalineados, dado que suelen asociarse estas características a un espíritu aventurero que se espera de ellos, todas condiciones que no se aceptan en las niñas quienes, en cambio, deben ser recatadas y obedientes.

“Nunca más te va a decir: QUEDATE QUIETO” (publicidad de Olympus).²²

5-. En el caso de las mujeres adultas, tampoco se permite que desconozcan los modelos que la sociedad ha pautado para su género, por ejemplo, características como la ambición, osadía o firmeza en la personalidad son tomadas en desmedro de la complacencia que se espera de ellas.

¹⁸ *Ibidem*.

¹⁹ En Francia existen disconformidades entre los grupos feministas por el uso del término *mademoiselle*, que diferencia a la mujer soltera de una *madame*, la casada, con el argumento de que se trata de una distinción sexista que obliga a que se conozca información sobre situaciones privadas de sus vidas. <http://www.eluniversal.com/2011/09/27/francesas-combaten-el-uso-de-mademoiselle.shtml>. Página consultada el 21-12-11.

En inglés, aunque existen palabras que establecen la diferencia mencionada, como *Mrs.* y *Miss*, hay una tercera, *Ms*, que no hace alusión al respecto.

²¹ GORODISCHER, Julián. “Me voy curando con cada nueva película” en Página 12 del 10 de octubre de 2006. Pág. 28.

²² Viva (revista) del 8 de octubre de 2006. Publicidad en el interior de contratapa.

En los ámbitos de la academia algún gracioso ha calificado a la brillante doctora en antropología Rossana Reguillo como el vendaval tapatío (...) La investigadora y cronista mexicana es una de las miradas más lúcidas sobre su ciudad, y sobre la ciudad latinoamericana. ¿Tsunámica? Quizás: Reguillo es una oradora de prosa rítmica, que así como la bautizó el colega aquel, remueve lo establecido con francos nuevos aires.²³

Aquí resulta relevante lo expresado en *Metodologías cualitativas en ciencias sociales* con respecto a la lingüística crítica, en cuanto al modo en que el público lector incorpora las ideas que se expresan en los textos, dado que suelen hacerlo sin advertir los aspectos que ocultan sus formulaciones. Así la idea es advertir la construcción ideológica mediante “las opciones que el productor del texto tuvo abiertas, y analizando su elección de ciertas formas y no de otras”.²⁴

6-. Se suscitan inconvenientes al denominar a mujeres que ejercen puestos que anteriormente solo ocupaban varones, por lo que existe confusión entre decir *la juez* o *la jueza*, *la ministro* o *la ministra*, dado que, antiguamente, – cuando se negaba el acceso femenino a estos cargos- solo se consideraba la palabra no masculina para la esposa de quien tenía la profesión aludida.²⁵

USAL
 Defensor Público de Menores e Incapaces ante los
 Tribunales de Segunda Instancia en lo Civil y Comercial de
 Capital Federal: Dra. María Cristina MARTINEZ
 CORDOBA²⁶

²³ ALARCÓN, Cristian. “En América Latina hay un agotamiento institucional” en Página 12 del 4 de septiembre de 2006. Pág. 12

²⁴ KORNBLIT, Ana Lía (coordinadora). *Metodologías cualitativas en Ciencias Sociales. Modelos y procedimientos de análisis*. Biblos, Buenos Aires, 2004. Pág. 124.

²⁵ Traducción: A veces “person” se utiliza en combinación con sustantivos para formar otros que refieran al trabajo u ocupación particular de alguien. Se usa a menudo en lugar de hombre o mujer para evitar una declaración innecesaria acerca del sexo de la persona determinada: *spokeperson* o *chairperson* o *salesperson* o *townpeople* o *business people*. (Original: Sometimes person is used to combine with nouns to form new nouns which refer to the particular job or duty that someone has. It is often used instead of man or woman to avoid making an unnecessary statement about the sex of the particular person). *Cambridge International Dictionary of English*. Cambridge University Press, Cambridge, 1996. Pág. 1052.

²⁶ “Propuesta de candidatos para cubrir vacantes en el Poder Judicial de la Nación / Ministerio Público en Página 12 del 10 de noviembre de 2006. Pág. 9.

Según cita Meana Suárez: "la existencia de las mujeres debe ser nombrada con el reconocimiento y la valoración de su papel en la vida privada y en la vida pública".²⁷

7-. En lo que respecta a las religiones, las más convocantes suelen usar el masculino para la referencia a Dios. En cambio, los aztecas, por ejemplo, atribuían el origen de la humanidad a un solo principio, en el que yacía una doble naturaleza que se refería a un ser (él, ella o ello).

En la actualidad, se están revisando las traducciones de libros sagrados como El Corán, dado que se estima que las versiones occidentales interpretaron de manera sesgada una esencia que originariamente es inclusiva.

(...) es mejor para Dios que no crea uno en El y que luche con todas sus fuerzas contra la muerte, sin levantar los ojos al cielo donde El está callado.²⁸

8-. En ocasiones, se llega a un exceso de familiaridad en el trato con referencia a mujeres aún cuando solo se las conozca a través de su función en un cargo. Así, se utiliza el diminutivo del nombre de pila para nombrar a mujeres reconocidas públicamente: Isabelita, Amalita, Evita.

Hay dos ARI de provincias que hasta dudan de Lilita²⁹

El uso del diminutivo se corresponde a relaciones de desigualdad, si bien puede implicar un trato cariñoso, en general es utilizado con personas a las que se desea proteger, que son más débiles, menos capaces y aún, que se subestima o no se respeta. En general, lo que se dice en diminutivo es tomado con menor valor que al usar la palabra sin modificaciones.

9-. Las referencias a mujeres suelen tener un tinte abusivo en cuanto a la confianza en el ámbito público, muchas veces al borde de la discriminación.

²⁷ MEANA SUÁREZ, Teresa. *Op. Cit.* Pág. 13, en http://webs.uvigo.es/xenero/profesorado/teresa_meana/sexismo_lenguaje.pdf. Página consultada el 30 de agosto de 2010.

²⁸ SCHETTINI, Adriana. *Op. Cit.* Pág. 60.

²⁹ PERTOT, Werner. "Hay dos ARI de provincias que hasta dudan de Lilita". Página 12 del 15 de septiembre de 2007. Pág.6.

Fuera de las luces de la tevé, la locutora de *Show Match*, - si, la enana Feudale... (revista *Viva*, 8/10/06, pág. 40) (...) la locutora (...), esa que se escucha reír compulsivamente, casi cacareando- se pone seria.³⁰

Teresa Meana Suárez insiste en la formulación de que, como producto cultural, el lenguaje es viable de ser alterado por la voluntad de las personas con el consiguiente impacto sobre las mentalidades y de allí en efecto cascada a las conductas.³¹

10-. A priori, se concede más autoridad a la opinión de los varones, por lo que se relega la palabra femenina a cuestiones a las que se les atribuye menor categoría o trascendencia, salvo muestras de pericia que acrediten un muy destacado nivel de conocimiento y que resultan excepcionales.

Columnistas (son los únicos, no aparecen mujeres)
16 ENRIQUE PINTI *Lo que hay que ver*
122 ROLANDO HANGLIN *Pobre alemán Blumberg*³².

Con respecto a la posición que se debería tomar en cuanto al tema, Diana Maffía explica:

Nos vemos tentadas a sentirnos excepcionales porque apenas tenemos la posibilidad de acercarnos a un espacio de poder nos van a decir: "sos excepcional, pero con el resto de las mujeres no se puede" Si yo caigo en esa trampa lo que estoy haciendo es cerrar la posibilidad de que cualquier otra mujer en mi lugar también pueda estar en ese espacio.³³

11-. Los términos considerados soeces han sido tradicionalmente patrimonio de varones, a quienes su uso los connota positivamente con características valoradas en ellos como fuerza, energía o determinación; el empleo por

³⁰ PIOTTO, Alba. "Ahora me dicen: Señora enana" en *Viva* del 8 de octubre de 2006. Pág. 40

³¹ MEANA SUÁREZ, Teresa. *Op. Cit.* Pág. 13, en http://webs.uvigo.es/xenero/profesorado/teresa_meana/sexismo_lenguaje.pdf consultado el 30 de agosto de 2010.

³² La Nación Revista del 1 de octubre de 2006. Pág. 3.

³³ MAFFÍA, Diana. Entrevistada en noviembre de 2007

mujeres, en cambio, lleva a considerarlas ordinarias, desubicadas o hasta inmorales.

Después de alentar durante todo el torneo, la hinchada millonaria descargó ayer su bronca contenida y despidió al equipo con insultos.³⁴

Jugadores, la c... de su madre (...) fue otra manera de demostrar el fastidio (diario *Clarín*, 4/12/06, pág. 18).

*Los hinchas de River no están acostumbrados a perder (...) por eso se incomodan*³⁵

En estos ejemplos se vislumbra cómo las mujeres son excluidas de la posibilidad de decir, si las consideradas malas palabras son aquéllas con las que la sociedad ha pactado una manera contundente para manifestar la bronca, el no utilizarlas reduce considerablemente el rango de expresión y conlleva a la actitud pasiva-conciliadora.

Contrariamente, en el caso de los varones, se fomenta la ira como forma de plasmar su masculinidad, lo que, en ocasiones, resulta el paso previo a expresiones de violencia física, problemática de gran impacto en las relaciones de género

12-. Dado que al ámbito femenino le han sido asignadas características tales como la subordinación y el altruismo, se espera el uso reiterado de términos como *disculpas, permiso, por favor*, los que, a su vez, por el discurso que caracteriza el tratamiento de lo relativo a la mujer, acarrearán el desprestigio de la poca seguridad -si se los utiliza- o de tintes neuróticos cuando se prescinde de ellos.

Para encarar una de las historias (...) se impuso trascender al estereotipo: ni sumisa ni sacada³⁶

La lengua refiere a las mujeres como seres dependientes y de menor categoría. En la página de Periodismo Social³⁷ se cita la acepción del D.R.A.E.

³⁴ "El semáforo" en *Clarín* del 4 de diciembre de 2006. Pág. 2

³⁵ CASTILLO, Hernán. "Una tarde de furia en el monumental" en *Clarín* del 4 de diciembre de 2006. Pág. 18

³⁶ GORODISCHER, Julián. *Op. Cit.* Pág. 28.

(diccionario de la Real Academia Española) donde, entre las definiciones para la palabra hombre, aparece "individuo que tiene las cualidades consideradas varoniles por excelencia, como el valor y la firmeza".³⁸

Así, según lo cita Meana Suárez:

Quando aprendemos una lengua (...) adquirimos un conjunto de conocimientos, valores, prejuicios, estereotipos, actitudes, ideología... que nos sirven para (...) construirnos como personas. (...) constituye un producto social que acumula y expresa la experiencia de una sociedad concreta actuando asimismo sobre la forma en que se percibe esa realidad.³⁹

13-. El agregado de la preposición "de" antepuesta al apellido del esposo en el caso de las mujeres casadas, sugiere propiedad por parte del varón. Éste es un modo del lenguaje que no solo subordina a la mujer sino que también oculta su verdadera esencia, dado que hay situaciones en las que ni siquiera se nombra su apellido de soltera y solo se la menciona con el de su marido.

El cheque fue entregado en persona por la primera dama, Cristina Fernández de Kirchner (...) ⁴⁰

14-. Al usar la palabra *mujer*, para las casadas, se vincula estrechamente la condición biológica con la marital, la que lleva implícita, a su vez, la idea de posesión por parte de los varones; esta simbología no aparece en el masculino.

(...) un profesor de enseñanza media que (...) renuncia a su trabajo en una escuela y, por consejo de su mujer realiza un viaje (...) ⁴¹

Con esta representación se remite al rol unívoco que históricamente se ha asignado a lo femenino, es decir, someter su naturaleza a la materialidad del nexo con un hombre.

³⁷ <http://www.periodismosocial.org.ar/notacompleta.cfm?id=4020>. Página consultada el 29 de septiembre de 2010.

³⁸ http://buscon.rae.es/drae/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=hombre. Página consultado el 29 de septiembre de 2010.

³⁹ MEANA SUÁREZ, Teresa. *Op. Cit.* Pág. 12 y 13.

⁴⁰ REINOSO, Susana. "Con subsidio oficial, Sábado tendrá un museo propio" en La Nación del 7 de septiembre de 2006. Pág. 13.

⁴¹ RANZANI, Oscar. "Imágenes y sonidos de una identidad" en Página 12 del 1 de noviembre de 2006. Pág. 27

15-. En la cobertura periodística y publicitaria suelen relacionarse los artículos de limpieza, para la preparación de comidas, los del cuidado de la familia y aquellos específicos de las tareas domésticas, al campo femenino, mientras que a los varones se los conecta con el dinero, el trabajo fuera de la casa y la toma de decisiones. Además se alude en forma reiterada al disciplinamiento con respecto a la obligatoria vocación maternal.

Vas a tener el tiempo para trabajar de lo que más te gusta.
De madre. (publicidad de Moulinex.⁴²

Con estos usos, los medios refuerzan asignaciones que limitan el área de desenvolvimiento de una mujer al interior de su casa mientras que también estigmatizan a los varones con la carga del mantenimiento económico del hogar.

Como síntesis de lo analizado, es interesante la referencia que hace Daniel Goleman en su libro sobre la inteligencia social en cuanto a que “ser lastimados y enojados crónicamente, o nutridos emocionalmente, por alguien con quien pasamos mucho tiempo (...) puede remodelar nuestro cerebro”. Asimismo, más abajo agrega: “los mismos descubrimientos apuntan también hacia posibilidades de reparación (...)”⁴³

Las personas establecen un contacto con los medios masivos que resulta casi ininterrumpido, pueden recibir entonces, de esta relación diaria, cotidiana, elementos que, a través de un uso inclusivo del lenguaje, por ejemplo, las lleve a reposicionar pensamientos y posturas asimétricas.

El tipo de lenguaje denominado sexista descarta la posibilidad de representación del cincuenta por ciento de la sociedad, en sus distintas facetas y actividades. Dar por sentado asumir la presencia de las mujeres a través de la mención de lo masculino indica un ejercicio de adaptación a no ser nombradas que los varones no aceptarían en un caso inverso, como ejemplo se puede tomar cualquier circunstancia en la que un solo hombre se encuentre

⁴² La Nación Revista. 1 de octubre de 2006. Pág. 59.

⁴³ GOLEMAN, Daniel. *Inteligencia Social*. Editorial Planeta Mexicana. México D.F., 2006. Pág. 18.

en un grupo ampliamente femenino, su presencia siempre será indicada a través de las palabras.⁴⁴

Cuando la Real Academia Española revisa los vocablos factibles de incorporación, se propone examinar las prácticas populares que, por delante de veredictos formales, han intervenido sin esperar un reglamento previo, pues se responde a la necesidad de designar aquello que por nuevo ahora es importante de tener un nombre.

Las palabras en masculino no son universales dado que excluyen a las mujeres, se consolida así el pensamiento androcéntrico por el que el varón es la medida de todo lo humano. Por qué no representar, a través del lenguaje, la diferencia que existe en la realidad para no negar identidades y así, perpetuar la dominación.

El desnivel lingüístico y semántico en el tratamiento de género indica que son cuestiones necesarias de modificar. No se reconoce aquello que no ha sido identificado con un nombre pues carece de identidad; las denominaciones de la lengua son esenciales para la comprensión del mundo por lo que las palabras excluyentes o las no dichas se tornan argumentos funcionales para la asimetría.

Como sucede en las cuestiones sociales, es natural que la práctica se anticipe a la teoría, especialmente así ocurre con las lenguas vivas. La búsqueda de palabras sin connotaciones sexistas puede resultar algo más complejo en un primer momento, pero existen alternativas a los usos frecuentes que, por efecto reiterativo, se volverán naturales y necesarias.

En la actualidad, se han creado programas de computación y sitios de Internet que registran lenguaje sexista, además de sugerir opciones inclusivas;

⁴⁴ Traducción: Uso de lenguaje no sexista: A veces, el uso de determinadas palabras puede acarrear actitudes injustas o inexactas hacia un sexo en particular, en general, las mujeres. Por ejemplo, utilizar el pronombre *él* para referirse a un doctor, cuando no se sabe si se trata de un varón o de una mujer, podría implicar la creencia de que no es normal que las mujeres sean doctoras. En la actualidad, muchas personas al hablar o escribir prefieren evitar el uso de lenguaje sexista. Este uso moderno y no sexista del lenguaje se llama en ocasiones *lenguaje inclusivo*. (Original: Using language that is not sexist. Sometimes the use of particular words can support unfair or untrue attitudes towards a particular sex, usually women. For example using the pronoun *he* to refer to a doctor, when you do not know if they are male or female, might support the belief that it is not normal for women to be doctors. Many people speaking or writing English today prefer to avoid using language that is sexist. This modern *non-sexist* use of language is sometimes called *inclusive language*). *Cambridge International Dictionary of English*. Cambridge, 1996. Pág. 1305.

la gran mayoría de ellos son de origen español y se desarrollaron a partir de la Ley por la Igualdad Efectiva de Mujeres y Varones.

En *Metodologías cualitativas en Ciencias Sociales. Modelos y procedimientos de análisis* se expresa que:

(...) las ideologías residen (también) en los textos, (...) la práctica discursiva, la producción, la distribución y el consumo de los textos es parte de la lucha hegemónica que contribuye a la reproducción de las condiciones de dominación y de las relaciones de poder.⁴⁵

Más allá de lo que se estipule como norma, el acercamiento a la terminología inclusiva, tanto en los relatos periodísticos como publicitarios, introduciría un elemento vital para un pensamiento flexible, necesario en el camino de incorporar los cambios en la interacción de género.

Lo mismo acontece con los vocablos que han de quedar en desuso, la decisión no debe responder al mandato arbitrario de un órgano legislador, sino que la normativa cabría para formalizar un acuerdo espontáneo de voluntades que, a lo largo del tiempo y de modo no deliberado, decide vaciarla de contenido.

Sin embargo, en lo relativo al lenguaje inclusivo, la Real Academia Española muestra reticencias al momento de sincronizar los términos de su diccionario con la discursividad actual. Se han incorporado gran cantidad de palabras que provienen de la tecnología pero aún no se avalan aquéllas del campo de las ciencias sociales cuyo sentido es irremplazable en las ya existentes.

Por ejemplo, a pesar de los años que reviste su uso y de la amplia gama de disciplinas que atraviesa su connotación, entre las acepciones de género todavía no se ha incluido la de ser una construcción que surge de la cultura por la que se asignan características y conductas tanto a varones como a mujeres.

Tampoco se actualizaron conceptos clave para la temática, algunos dotados de incuestionable significación, tal el caso de hombre: “ser animado racional, varón o mujer/ ser humano del sexo masculino”; y, mujer: “que tiene las

⁴⁵ KORNBLIT, Ana Lía (coordinadora). *Op. Cit.* Pág. 124.

cualidades consideradas femeninas por excelencia/ casada, con relación al marido”⁴⁶.

“La lengua cambia, cambia la propia realidad y también la valoración de la misma o las formas de considerarla o de nombrarla”, se asevera en el texto que la Comisión Asesora sobre Lenguaje del Instituto de la Mujer de España elaboró con el objetivo de difundir estrategias alternativas.⁴⁷

Las palabras en masculino no son universales dado que excluyen a las mujeres, se consolida así el pensamiento androcéntrico por el que el varón es la medida de todo lo humano. El lenguaje debe representar la diferencia que existe en la realidad para no negar identidades, de lo contrario, perpetúa la dominación.

El compromiso puede no solo circunscribirse a las proclamas de buena voluntad sino que el avance debería estar en el abordaje de los grupos con capacidad para articular las decisiones que consoliden cambios significativos. Los medios de comunicación cuentan con las posibilidades para elegir los términos menos sexistas, las palabras más inclusivas.

Como sucede en las cuestiones sociales, es natural que la práctica se anticipe a la teoría, especialmente así ocurre con las lenguas vivas. La búsqueda de palabras sin connotaciones sexistas puede resultar algo más complejo en un primer momento, pero existen alternativas a los usos frecuentes que, por efecto reiterativo, se volverán naturales y necesarias.

Cuando se representa la existencia de la mujer sin excluirla de los términos lingüísticos los discursos aparecen completos, decir madre y padre no significa duplicar, porque la alusión remite a seres humanos distintos que, como sujetos narrativos, se construyen a través de la forma en que son identificados.

La difusión de actualizaciones, especialmente en los medios gráficos, puede desembocar, en un efecto cascada, en el auxilio para la representación simbólica de las mujeres en el lenguaje cotidiano dado que, como afirma la licenciada en letras especializada en periodismo internacional Hinde Pomeraniec:

⁴⁶ Real Academia Española. Diccionario de la lengua española. Vigésima segunda edición. http://buscon.rae.es/drae/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=hombre. Página consultada el 2 de marzo de 2010.

⁴⁷ <http://www.inmujer.migualdad.es/mujer/publicaciones/docs/nombra.pdf>. Página consultada el 30 de septiembre de 2010. Pág 8.

Mas allá del efecto impresionante que son los medios audiovisuales, todavía la gráfica es la que marca la agenda. Si ciertos medios o un diario grande como Clarín, que es el que marca la agenda -es el diario que nadie puede ignorar-, si Clarín se ocupa de los temas de género, se empieza a hablar de los temas de género, eso está comprobado, es así.⁴⁸

La falta de equilibrio entre el número de mujeres y varones que ocupan puestos en las distintas secciones o en las áreas de decisión puede desmotivar el hecho de que diarios y revistas presenten otra dialéctica frente el tratamiento de las noticias. Si bien no es implícito que la presencia femenina conlleve un enfoque de género, las transformaciones en las estructuras de las redacciones aportarán experiencias distintas que enriquecerán las miradas.

La versión digital de la revista Pan y Rosas muestra la siguiente estadística:

En América Latina, solo un 25% de los trabajadores de los medios de comunicación son mujeres. Pero este porcentaje es mucho menor en los cargos jerárquicos y técnicos. Según un estudio de la OIT, en la mayoría de los países, las periodistas cobran un salario 30% menor que el de sus colegas varones.⁴⁹



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

⁴⁸ POMERANIEC, Hinde. Entrevistada en enero de 2008.

⁴⁹ D'ATRI, Andrea. "Una jodita para las mujeres" en Pan y Rosas.

<http://www.pyr.org.ar/spip.php?article15>. Página consultada el 31 de mayo de 2007.

3 - Antecedentes

Con gran énfasis a partir del surgimiento de los medios masivos, intelectuales provenientes de diferentes áreas del saber, en el interés por hallar respuesta al desarrollo de situaciones de desigualdad, dirigieron su investigación al análisis del proceso comunicativo.

Los discursos mediáticos se ven atravesados por fundamentos culturales que otorgan valores asimétricos en todo contexto en donde se establecen relaciones de poder originadas en el seno de la sociedad.

Cuando los hechos noticiables están incluidos en marcos delimitados a priori se puede llegar a ocultar la heterogeneidad de vivencias mediante la reproducción de estereotipos, los que, si bien sirven para organizar la información, resultan un recorte muy parcial del grupo que se pretende describir. Se corre el riesgo de sostener la ideología androcéntrica, es decir, que se prioricen modos de pensar la realidad desde la mirada no inclusiva en la que, como expresa Gianni Vattimo⁵⁰, el ideal humano está representado por el varón heterosexual, instruido, propietario, sano y occidental.

La relación entre los medios y quienes propugnaron por las cuestiones de género no ha sido fluida. Ya desde los albores del feminismo se escuchó el reclamo por mensajes menos inequitativos que aquellos que dejaban a las mujeres relegadas a roles estancos que las perpetraban en el mundo privado y las condenaban a exigencias de roles.

Entre las demandas, por cierto, ha habido exigua conciencia del efecto perjudicial del rol de los estereotipos también sobre las identidades masculinas, a las que, por el contrario, se las ha cargado de exigencias en cuanto a una exacerbación del éxito en la esfera pública.

En lo que se refiere a la publicidad, estudios realizados en la década de los 70 (Courtney y Lockeretz, 1971; Culley y Bennett, 1976; Smith, 1977) dieron como resultado que la mujer se veía representada en el ámbito doméstico, con una amplia inclinación por la moda, su aspecto físico y las tareas del hogar. En el área profesional, no aparecían con cargos jerárquicos, mientras que sus actividades en el campo público estaban relacionadas con las carreras

⁵⁰ VATTIMO, Gianni. *Op. Cit.*