



gizonduz



Eusko Jaurlaritzako erakunde autonomiaduna
Organismo Autónomo del Gobierno Vasco

LOS HOMBRES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Lucía Martínez Odriozola
2009

ÍNDICE

1. Aproximación a los medios	104
2. Visión de género	105
3. Las interferencias	108
4. La ley de la inversión	109
5. Hombres y mujeres no hablan igual	110
6. Estereotipos	111
7. Sobre el sexismo	113
8. Tratamiento de la violencia machista	115
9. Autoevaluación de género	115
10. Propuestas de visiones distintas	116
11. Propuestas finales	119
12. Bibliografía	120

1. APROXIMACIÓN A LOS MEDIOS

Hasta hace relativamente poco tiempo los medios de comunicación estaban copados por hombres. A mediados de siglo XX muy tímidamente la mujer comenzó a incorporarse como redactora a los diarios. Su presencia en la radio y la televisión eran un poco mayores por la necesidad que tienen estos medios de alternar voces y rostros. De hecho, sigue siendo habitual que los informativos sean presentados en forma de tandems.

Para finales de siglo las redacciones de los medios de comunicación estaban ya conquistadas por mujeres. Es decir, las profesionales vieron que ésta es una profesión que podían ejercer bien y decidieron hacerlo. La composición actual de las facultades de periodismo hace pensar que esta tendencia se reforzará en el futuro. No obstante, la presencia de la mujer en los órganos de dirección no se corresponde con la composición de las redacciones. También en el periodismo, como en muchas otras profesiones, la mujer tiene dificultades para escalar a los puestos de mando.

Pueden atribuirse las razones a eso que ha venido en llamarse 'techo de cristal':

“Se denomina así a una superficie superior invisible en la carrera laboral de las mujeres, difícil de traspasar, que nos impide seguir avanzando. Su carácter de invisibilidad viene dado por el hecho de que no existen leyes ni dispositivos sociales establecidos ni códigos visibles que impongan a las mujeres semejante limitación, sino que está construido sobre la base de otros rasgos que por su invisibilidad son difíciles de detectar”¹.

En opinión de Pilar López Díez, investigadora de larga trayectoria y formadora en políticas de género:

“El término inglés ‘the glass ceiling’ es necesario para denominar lo enigmático, lo críptico, lo secreto, lo indetectable pero cuyo resultado es muy cualificable, nominable, detectable y real: la no existencia de mujeres en los vértices jerárquicos de las organizaciones”².

Sería interesante ahondar en este aspecto³, pero no es objeto de este curso. No obstante, como tema para la reflexión dejo que la responsabilidad es compartida por los dos sexos, es decir, la mujer también tiene su parte alícuota de responsabilidad en el hecho de no haber escalado en la pirámide de poder. Quizá la mujer tenga más ambiciones en la vida familiar que en la profesional.

La presencia de las mujeres en las redacciones ha posibilitado que participe de la producción periodística, que participe en la toma de decisiones, en la selección de los temas y en el enfoque que se les da. No obstante, ello no ha traído ni un cambio radical en los procesos y procedimientos, ni ha evitado que algunos estereotipos sigan reproduciéndose con una frecuencia sorprendente. Contrariamente a lo que opinan determinados colectivos que no conocen cómo es el proceso de decisión en un medio, los redactores no se reúnen todos los días para conspirar y ver de qué forma pueden presentar las cosas en su medio y en sus informaciones con el fin de que la realidad adopte la peor cara y resulte lo más lesiva posible para el colectivo en cuestión.

Muy al contrario, las redacciones están compuestas por personas, por personas falibles, que se tropiezan y erran pero también aciertan. Y no hay colectivo alguno que reflexione sobre la tarea periodística más ni mejor que los propios periodistas, que dedican casi todo su afán a pensar de qué y cómo

1. Mabel Burín en http://www.stecyl.es/Mujer/el_techo_de_cristal.htm

2. Se la atribuyo a Pilar por fe, porque la definición aparece tres veces referenciada en Google con distintas autorías. <http://www.google.es/search?q=%22lo+enigm%C3%A1tico%2C+lo+cr%C3%ADptico%22&ie=utf-8&oe=utf-8&aq=t&rls=org.mozilla:es-ES:official&client=firefox-a>

3. HERVÁS MORENO, Macu. El techo de cristal. Huesca: Gobierno de Aragón, 2006.

informar a sus audiencias. Eso no les exime de cometer errores y tampoco se privan de ello. Pero los errores no son deliberados. Ni intencionados. En las redacciones se trabaja con mucha presión, pero no es coartada para hacerlo con desmaño. En las redacciones se debe fomentar la reflexión, de la misma forma que se fomenta la creatividad, y la mejor forma de lograrlo es escuchar a quienes desean hacer planteamientos nuevos o a quienes son capaces de la crítica y la autocrítica.

Y estas cualidades o habilidades -la creatividad y la crítica- se reparten entre los periodistas de la misma forma que en el resto de las profesiones. No obstante, sí es obligación del periodista tener a punto las herramientas que utiliza, y para ello debe tener actualizadas sus lecturas, estar al tanto de las nuevas tendencias y desarrollar un buen abanico de sensibilidades que le permitan ver los muchos lados de una sociedad prismática y cromática. Debe tener la mirada siempre a punto. Y eso, que es un talento, también se aprende.

Pero hay un escollo. Según Macu Hervás Moreno (2006, p.207): “Los directores de los medios son hombres y deciden qué información se publica y/o se emite. La mayoría de las mujeres no tiene conciencia de éste problema [el techo de cristal]”.

Es habitual la creencia de que los directores de los medios de comunicación leen antes de su publicación o difusión absolutamente todas las noticias, reportajes, entrevistas, artículos e, incluso, los anuncios publicitarios y por palabras; más aún, no solo los leen, los corrigen y los orientan, y si ciertas informaciones no se difunden es porque han sido censuradas por el director omnipotente y omnipotente. David Randall recuerda que los diarios publican miles, si no millones de palabras. Es imposible leerlas todas, aunque en el caso del director, finalmente sea responsabilidad suya todo el contenido del diario, también la publicidad.

Las redacciones de los medios están compuestas por equipos humanos y las decisiones se toman de forma colegiada. Se proponen los temas, se documentan, se seleccionan las fuentes, se emprende la tarea de recabar la información, se redacta, se seleccionan las fotografías, se le asigna un espacio y una fecha, se edita, titula y se difunde. En todo ese proceso, participan muchas personas, incluso más de una por tarea. Un diario de noticias de una cierta entidad, cercano al centenar de páginas, puede contener en una sola edición 150 noticias relevantes, de las cuales solo una ínfima cantidad son breves. Y no es improbable que el director conozca finalmente la noticia cuando la encuentra editada en el diario. Es evidente que de muchas de ellas no se le habrán escapado ni los detalles más nimios, pero de los contenidos de la mayor parte se desentiende. En la redacción hay personas de su confianza que se encargan de tomar esas decisiones: los cuadros medios. El escollo que Hervás atribuía al director, por ser varón, se encuentra mucho antes. Muchas de las ideas y de las propuestas encallan ahí, en una restinga. Muchas de las ideas quedan varadas como consecuencia de la decisión de los cuadros medios, donde la presencia de redactoras, aunque no sea mayoritaria, se deja notar.

Los contenidos de los medios no dependen del sexo de quienes componen sus plantillas, dependen de su mirada, de la perspectiva, en el caso que nos ocupa, de la perspectiva de género

2. VISIÓN DE GÉNERO

Es evidente que hay diferencias entre hombres y mujeres, aunque esas diferencias sean mínimas. Pero nada hay más parecido, incluso igual, a un hombre que una mujer. No obstante, sobre esa diferencia sexual, sobre todo reproductiva y biológica, se ha construido una diferencia social, en la que las identidades de hombres y mujeres son distintas.

Pero escuchemos a Juana Gallego (2007, pp. 14-15):

“El concepto de género apela a la dimensión social de la división sexual. Las personas nacemos sexuadas con un sexo biológico que, salvo excepciones, permanecerá durante toda nuestra vida. Ese accidente o particularidad no tendría más trascendencia si la sociedad no hubiera otorgado tanta importancia al hecho biológico de nacer con un sexo u otro. Pero desde que nacemos, esa diferencia ha sido una de las principales características xno la única, también ha habido otras: la raza, la edad, la procedencia, la lengua, el nivel económico, etc.x, que han servido para clasificar a los seres humanos y otorgarles un estatus u otro, una consideración u otra, una posición. [...] Así, la sociedad se ha estructurado a partir de la jerarquización de esas diferencias: el varón ha prevalecido sobre la hembra (sic), el adulto sobre la infancia, los ricos sobre los pobres... [...] La división afecta a toda la especie humana, atraviesa toda la sociedad y es transversal a todas las demás características”.

La misma autora cuenta un poco más adelante que un director de un medio aseguraba que el género se debía dejar colgado en la puerta de la redacción, como en un perchero, como si fuera algo de lo que podemos desprendernos. Quienes respaldan esa opinión, si son varones, deberían preguntarse a sí mismos si es posible que ellos se olviden de que son hombres, aunque no sepan que precisamente por esa razón se les ha atribuido una serie de condicionamientos sociales, y no siempre favorables, además.

Las redacciones no son espacios asépticos (ni siquiera ahora que se aplica la ley seca y ni se fuma): Son espacios a los que cada cual llega con su mochila y en ella porta sus aficiones, sus ideas, sus doctrinas, sus sensibilidades, sus certezas, sus debilidades y manías; sus fobias, sus filias, sus religiones, sus mitos.

Cuando se renuncia deliberadamente al género, cuando un concepto tan extenso, profundo y universal se asimila solamente a una categoría gramatical, cuando se cree que género y sexo carecen de vinculación, cuando no se cuestiona el modo de mirar el mundo, entonces, la mirada estará muy probablemente mediatizada por los estereotipos dominantes, tanto para hombres como para mujeres, y para cuantos colectivos se observe. Dicho de otra forma, la mirada será estereotipada, cuando no ramplona.

Los profesionales de los medios deben hacerse todo tipo de preguntas, y hacerlo además creativamente. Es mucho más creativa la duda que la certeza, de la misma forma que la insatisfacción es mucho más activa y movilizante que la autocomplacencia. Decía Karl Marx que el ‘por qué’ es una pregunta profundamente revolucionaria. Sobre todo cuando se tiene la vocación de obtener la respuesta. O más, las respuestas.

Esa mirada distinta no debe ser solamente atributo de la mujer. Los cambios necesarios para lograr una sociedad más justa e igualitaria son responsabilidad de cuantos vivimos en ella. Descargar esa tarea sobre ella es renunciar a participar de la parte alícuota que nos corresponde en la construcción de la sociedad. Seamos lo que seamos.

No es extraño que algunas redactoras mantengan en secreto sus convicciones e incluso las ejerzan a la chita callando, sin desvelar el entramado de sus planteamientos, sin explicar el andamiaje del cual se valen para proponer enfoques, porque en más de una ocasión han recibido respuestas inapropiadas e incluso despectivas por parte de sus jefes; respuestas que podrían resumirse en la frase ‘Ya viene ésta con sus feminismos y sus géneros’.

También se da a menudo la otra figura, la de la redactora que se pertrecha con argumentos tales como “Yo, antes que nada, soy una profesional” o “Yo nunca me he sentido marginada,

menospreciada ni discriminada por ser mujer”. Lidia Falcón en una conferencia que impartió en Barcelona en octubre de 2006, en el contexto de un encuentro de la Red Española de Mujeres Periodistas con Visión de Género, vociferaba casi que las mujeres que sostienen esas opiniones han sufrido las mismas marginaciones que todas las demás, pero “¡están alienadas!”.

El primer paso, que no todos los ciudadanos han dado, tiene su punto de partida en no **negar** ni **negativizar** el feminismo. Periódicamente, una mariposa aletea en algún lugar y se difunde la especie de que feminismo y machismo son antónimos. Con todo recato y cautela, debo tomar precauciones y precisar. Para lo cual recurriré a definiciones del DRAE⁴. Y no son precisamente los académicos personas dudosas de profesar un feminismo radical.

feminismo.

(Del lat. femīna, mujer, hembra, e -ismo).

1. m. Doctrina social favorable a la mujer, a quien concede capacidad y derechos reservados antes a los hombres.
2. m. Movimiento que exige para las mujeres iguales derechos que para los hombres.

machismo.

1. m. Actitud de prepotencia de los varones respecto de las mujeres.

Superadas pues las reticencias, podemos pasar a la perspectiva, y la que prepondera en los medios no es una neutra mirada de género, sino un punto de vista masculino, una mirada sexista.

Aprovecho, y eso que llevamos adelantado de un próximo capítulo:

sexismo.

1. m. Atención preponderante al sexo en cualquier aspecto de la vida.
2. m. Discriminación de personas de un sexo por considerarlo inferior al otro.

La visión de género es una visión crítica, distinta, es aquella que fundándose en las nuevas doctrinas, es capaz de observar el estereotipo, cuestionarlo e invertirlo, o revertirlo. Cuando la mirada no cuestiona el estatus de hombres y mujeres, cuando no revisa arquetipos ni estereotipos, se plasman visiones probablemente imbuidas de sexismo y faltas de igualitarismo.

La perspectiva no depende pues del sexo de quien observa, sino de su formación y capacidad crítica. Sostiene Juana Gallego (2007, p. 19) que quienes elaboran los discursos mediáticos parten de la existencia de un ‘nosotros’ -el colectivo de personas con quienes se identifican- y un ‘ellas’. Señala, además, que ese mecanismo sirve para otras variables: raza, etnia, condición social, país, etc. Esa es una perspectiva de género... que Gallego llama masculina. Yo me resisto a que eso sea masculino. Creo que la perspectiva de género no debe adjetivarse, que debe ser sustantiva. No es como el talante, que para ser algo debe formar tándem con un adjetivo. Si aceptamos que hay una mirada de género masculina, estamos abocados a aceptar también una femenina. Creo que la mirada de género parte del convencimiento de que la sociedad no está estructurada de acuerdo a criterios igualitarios y de que se deben emprender acciones para cambiarla. Y en esa idea -que es honda y extensa- no interfiere el sexo.

4. <http://www.rae.es/rae.html>

3. LAS INTERFERENCIAS

La cuestión del sexo es tan importante, que nos hemos dotado de una buena cantidad de términos para llamar a los miedos, las fobias, las aversiones y los odios «toda una graduación» relacionadas con la pertenencia a uno de los dos sexos.

Las interferencias son la misantropía, misoginia, ginefobia, androfobia, apandria, misandria, homofobia, androcentrismo y, evidentemente, el sexismo. Algunas de ellas están más cerca de ser patologías que de ser fenómenos psicológicos o psocioculturales.

Me propongo dar un paseo por las definiciones que los académicos de la lengua nos ofrecen en el Diccionario de la Real Academia Española (DRAE) que, como dejó escrito Fernando Lázaro Carreter, es casi un código moral. En la definición de feminismo muestran vacilaciones adverbiales: “Doctrina social favorable a la mujer, a quien concede capacidad y derechos reservados **antes**⁵ a los hombres”. Sin embargo, en 1917, cuando se introdujo la palabra en nuestro diccionario, los académicos se estrenaron así: “Doctrina social que concede a la mujer capacidad y derechos reservados **hasta ahora**⁶ a los hombres”. Por cierto, la siguiente entrada, la que seguía a ‘feminismo’, era ‘femoral’, no ‘feminista’. Hoy entre ‘feminismo’ y ‘femoral’ encontramos: ‘feminista’, ‘feminización’, y ‘feminoide’.

He subrayado el ‘hasta ahora’ porque ese tiempo se dilató para los académicos desde aquel 1917 hasta 1989, en cuya edición ya usan el adverbio ‘antes’.

Comienza el paseo: La primera de ellas, que nos afecta a todos, es la misantropía, es decir, la aversión al trato con los seres humanos, sin distinción de sexos, pero hay aversiones especializadas. Empecemos por las de ellas⁷:

misoginia.

(Del gr. *μισογυνία*).

1. f. Aversión u odio a las mujeres.

Y para la RAE, se puede ser tanto misógino como misógina. Sin embargo, el ‘maría moliner’, solo reconoce misóginos.

ginefobia.

(Del gr. *γυνή*, mujer, y fobia).

1. f. Aversión obsesiva hacia las mujeres.

Y las de ellos:

androfobia.

(Del gr. *άνήρ*, *άνδρός*, hombre, varón, y fobia).

1. f. Aversión obsesiva hacia los hombres.

5. El subrayado es mío

6. También mío

7. Según el DRAE

La psiquiatría reconoce la 'apandria', tan solo usado como término médico, para designar la aversión al sexo masculino. La misma disciplina registra la 'misandria', odio a los hombres. Ninguna de ellas está recogida en el DRAE.

Carácter similar tiene la homofobia, que atendiendo a su etimología griega, significaría fobia al igual. Sin embargo, la palabra se introduce en el castellano a través del inglés, donde significa "Aversión obsesiva hacia las personas homosexuales". Es una palabra joven en el DRAE, es de 2001.

Todas ellas interfieren en la visión y no son fáciles de detectar, menos aún en una profesión como la periodística, en la que la herramienta es la lengua. Probablemente, la más extendida y de peor diagnóstico sea el androcentrismo, que la Academia define como "Visión del mundo y de las relaciones sociales centrada en el punto de vista masculino". Pero, como dicen los montañeros, cuando las cosas van mal, aún pueden empeorar: falta el sexismo.

4. LA LEY DE LA INVERSIÓN

La palabra 'sexismo' se introduce en el DRAE⁸ en 1985 con muchas precauciones, hasta el punto de que va precedida de un corchete -el recurso tipográfico mediante el cual la RAE muestra sus dudas- y solamente en el diccionario manual. Se define así: "Actitud discriminatoria de los pertenecientes a un sexo en su trato con personas del otro. Apl. [Aplicado] especialmente por las feministas refiriéndose al trato que suelen recibir de los hombres". La definición se mantiene en esa y en la siguiente edición, en la de 1989. La siguiente, la de 1992, ya en el diccionario usual, oficial, introduce una acepción nueva -Atención preponderante al sexo en cualquier aspecto de la vida- y en su segunda acepción, que es la que nos afecta, como "Discriminación de personas de un sexo por considerarlo inferior al otro". Pero eso solamente desde 1992. La edición actual es la vigésima segunda, la de 2001. Es sorprendente porque, por norma general, el orden de las acepciones responde a una norma de la propia academia: "Aparecen primero las acepciones **sin marcas** de otro tipo. Entre ellas, se tiende a anteponer las acepciones de uso más frecuente y posponer las de empleo esporádico"⁹. ¿Quién usa la palabra en el sentido de la primera acepción?

Hay realidades sexistas, hay actitudes sexistas y hay usos sexistas de la lengua. La primera, la realidad, la encontraremos fácilmente en el consejo de administración de cualquier empresa: solo el 3% de sus integrantes son mujeres. La actitud, en una definición como la que sigue: "Huérfano, na. Dicho de una persona de menor edad: A quien se le han muerto el padre y la madre o uno de los dos, **especialmente el padre**"¹⁰. Quizá en algunas sociedades y en algún tiempo fuera más grave la pérdida del padre, pero se es igualmente huérfano cuando muere la madre.

En cuanto al uso sexista de la lengua, dice Álvaro García Meseguer (1994, p.24):

"Se incurre en sexismo lingüístico cuando se emplean vocablos (sexismo léxico) o se construyen oraciones (sexismo sintáctico) que, debido a la forma escogida por el hablante y no a otra razón, resultan discriminatorias por razón de sexo".

8. El Nuevo Tesoro Lexicográfico de la Lengua Española se puede consultar en línea: <http://buscon.rae.es/ntlle/SrvltGUILoginNtllle>

9. DRAE. Apartado 5.3.2 de las Advertencias para el uso de este diccionario. Edición de 2001

10. DRAE. La negrita es mía

De modo que podemos encontrar situaciones sexistas narradas de forma sexista, situaciones no sexistas narradas de forma sexista y situaciones sexistas narradas de modo no sexista. El objetivo, no lo olvidemos, es lograr la igualdad y narrarla sin interferencias.

En una obra anterior, *Lenguaje y discriminación sexual*, García Meseguer ya propone el uso de la 'regla de la inversión'. Aplicada al sexismo, servirá con cambiar el sexo de quienes aparecen en la frase. Si aplicada la regla, el resultado es dudoso, habrá de serlo por fuerza también la frase original.

Recurro al ejemplo del propio García Meseguer¹¹: "Había gran cantidad de aficionados y también muchas mujeres". Cabe preguntarse por qué no están incluidas las mujeres entre los aficionados. Aplicamos la regla: "Había gran cantidad de aficionados y también muchos varones". Es evidente que la frase chirría y que resultaría inaceptable para los varones.

La regla es un instrumento magnífico para detectar todo tipo de actitudes discriminatorias: el androcentrismo, por ejemplo, pero también el etnocentrismo, el racismo, la homofobia, etc.

Y esto me sirve como trampolín para traer una reflexión. No es políticamente incorrecto tratar a los hombres de tontos y torpes, al menos en algunos ámbitos. Está muy arraigada la especie de que no pueden hacer dos cosas a la vez. Y se bromea con ello. Es más, algunos lo dicen de sí mismos. Ese es un estereotipo sexista... desfavorable al hombre. No conviene ni reproducirlo ni frivolar con él.

5. HOMBRES Y MUJERES NO HABLAN IGUAL

En 2007 la revista 'Science' publicó los resultados de una investigación realizada en la Universidad de Arizona durante siete años y con 400 estudiantes: usamos una media de 16.000 palabras al día y las diferencias entre sexos son insignificantes. Sin embargo, un año antes Louann Brizendine sostenía en su obra 'El cerebro femenino' que ellas usan 20.000 palabras frente a las 7.000 de ellos. Hubo controversia y retiró los datos pero no las conclusiones: la mujer habla en términos emocionales y afectivos, mientras que el hombre lo hace en términos de dominio y actividad.

Pilar García Mouton, del Centro Superior de Investigaciones Científicas, en una conferencia impartida en Bilbao en julio de 2005¹², manifestó que las mujeres son más cooperativas en sus conversaciones, que asienten y demuestran atención. Sin embargo ellos consumen mucho más tiempos en sus intervenciones, hablan aunque no se les pregunte e interrumpen más a sus interlocutores. Son cuestiones importantes para quienes se manejen en debates radiofónicos y televisivos. También sabemos que en esos debates se interrumpe mucho más a las mujeres que a los hombres, que ellas esperan su turno para hablar. Y que los moderadores les ceden la palabra a ellos con más frecuencia.

Otras dos autoras, Victoria Sau y María Jayme (2004, p. 301) insisten en ello: "Las mujeres interrumpen a las mujeres con la misma frecuencia con que los hombres interrumpen a los hombres; pero los hombres interrumpen a las mujeres con mucha mayor frecuencia que éstas a ellos".

Pilar García Mouton (2003, p.31) escribe: "Resulta evidente que la conversación es un intercambio lingüístico en el que intervienen factores tan importantes como el poder y la solidaridad de

11. 1994, pp. 24 y 25.

12. En un curso, 'La lengua en los medios', que dirigí.

los hablantes. Quien tiene, o cree tener, más poder tendrá o creará tener más derecho sobre la palabra y podrá incluso abusar de ella”. Son pistas que pueden resultar muy útiles cuando se trate de recabar informaciones.

En los informativos televisivos suele ser habitual que cuando los reporteros se dirigen a viandantes para recabar su opinión, en caso de que se trate de parejas hombre-mujer, quien hable sea él, mientras que ella asiente. También es habitual, y así lo señaló la profesora de la Universidad Autónoma de Barcelona Elvira Altés en la V Convención de Periodistas de España¹³: en las informaciones, cuando hablan los dos, él se refiere a los aspectos técnicos mientras que ella se vuelca en los emocionales. La propuesta que se puede hacer es que el reportero se dirija a ella para indagar las cuestiones técnicas y le pregunte a él cómo se sintió, por ejemplo.

6. ESTEREOTIPOS

A pesar de los grandes avances logrados, la igualdad entre hombres y mujeres no está lograda, y mucho menos aún los aspectos de la igualdad que dependen de los hombres.

El mundo que tradicionalmente ha ocupado la mujer pertenece al terreno de lo privado, de la familia, del hogar, de los afectos, de los sentimientos, de su expresión. Hasta hace bien poco el hombre no había sido instruido para colaborar a que la mujer lograra una plena integración en la sociedad. El espacio del hombre era el público, con una renuncia expresa al privado.

A principios del siglo XXI la situación es muy distinta. No están dados todos los pasos para la igualdad, pero podemos sentir la satisfacción de que por lo menos tenemos casi los mismos derechos. Las leyes han igualado a hombres y mujeres, aunque no dispongamos todavía de los recursos suficientes para que esa igualdad esté garantizada. Además, nunca como ahora hemos podido ser tan optimistas, nunca hemos estado tan cerca.

Los movimientos feministas surgieron con el objetivo de que la mujer alcanzara los mismos derechos que los hombres. Ya se vería si ella, todas o alguna, quería ejercer esos derechos. Con el paso del tiempo, y a medida que la sociedad se ha ido haciendo más justa, más igualitaria, se vio que la conquista de los derechos reivindicados por la mujer devenía en beneficio para todos los humanos, independientemente de su sexo. La licencia por maternidad, por ejemplo, es un derecho conquistado por la mujer pero del que hoy pueden gozar también los hombres. La existencia de guarderías en el puesto de trabajo es un beneficio conseguido como consecuencia de la incorporación de la mujer al mercado laboral. Con esa incorporación de la mujer, el mundo del trabajo se humaniza.

Durante el siglo XX la mujer ha demostrado que deseaba y podía alcanzar otras metas: ha querido ser atleta de elite, gobernar un país, crear un medicamento, dirigir una película, subir al Everest. Algunos hombres, probablemente los elementos más evolucionados de la especie, han hecho también una importante apuesta por la igualdad. No solamente no ponen trabas a las mujeres para que se incorporen al mundo del trabajo, sino que se muestran activos por la igualdad. Esos que Miguel Lorente (2009, p. 72) ha llamado los **nuevos hombres nuevos** “han abandonado sus posiciones rígidas y distantes y se han aproximado al hogar para salir de él con una nueva indumentaria adaptada a los nuevos tiempos. Sin embargo, en ningún momento han dejado de ser quienes pueden hacer

13. Celebrada en Lugo del 3 al 6 de mayo de 2007

uso de la última palabra y quienes pueden imponer sus criterios como dictados de un bien superior, el mismo orden que los mantiene en una posición elevada”.

Pero vayamos a los estereotipos, según Robyn Quin, profesora de Medios de Comunicación de la Universidad australiana Edith Cowan. Los estereotipos son representaciones repetidas que simplifican la complejidad, categorizan la realidad y la refuerzan. Algunos de ellos nos son tan familiares que se hace difícil identificarlos. Siempre hacen referencia a un grupo -Todos los hombres son iguales / Todas las rubias son tontas- y lo describen. Subsidiariamente, además, sirven para preservar los intereses de algunos grupos porque suelen ser aplicados a colectivos que pugnan por un poder. Son tanto más efectivos cuando en torno a ellos se establece un consenso -Los niños no lloran/Las niñas son cursis- en el sentido de que es una representación válida, que se ajusta a la realidad.

Los estereotipos encorsetan y, a veces, duelen, sobre todo cuando la persona no se identifica con ellos: pertenece a un colectivo al que se atribuyen tales valores y no los comparte, o comparte sus contrarios.

“El grupo que tiene poder tiene la capacidad de estereotipar y quien no lo tiene es, generalmente, el grupo sujeto de la estereotipación, básicamente negativa. [...] Quien detenta el poder necesita el dominio sobre los grupos subordinados”, según se recoge en un volumen de varios autores publicado por RTVE en 2005¹⁴ (p.24).

De modo que podemos concluir que el colectivo de hombres no es homogéneo y los hay que, según la cita anterior, “detenta(n) el poder (y) necesita el dominio sobre los grupos subordinados”.

Una cuestión llamativa, a la que investigadores e instituciones deberían poner fin de inmediato, es que las investigaciones de género tienen muy bien y muy críticamente inventariados los estereotipos femeninos; sin embargo, han mostrado una cierta desidia hacia los masculinos.

Intentemos aproximarnos: A ella la presentamos en el ámbito doméstico, a él en el laboral; a ella en espacios privados, a él en los públicos; él es independiente, ella dependiente; él protagoniza, ella apoya; él es profesional, ella profana... Ella renuncia: La psicología denomina éxito vicario a aquel que hace que unas personas vivan como propios los éxitos logrados por otras personas. Suele ser resultado de una vinculación afectiva y en no pocas ocasiones requiere una importante renuncia: por ejemplo, el éxito del marido o los hijos.

Cuando la mujer se incorpora al mercado laboral y demuestra sus ambiciones, no se masculiniza, a pesar del tópico. Se puede ser mujer y dirigir un banco, de la misma forma que no se deja de ser hombre, ni se resta virilidad, por cuidar de los padres o los hijos.

En mi opinión, debemos abrir el objetivo, optar por un plano amplio que muestre los muchos colores de la sociedad. Cabe que nos cuestionemos si ellos tienen más fuerza físicas si el embarazo es solo cosa de ellas, si ellos están más dotados para la tecnología, la ciencia y la técnica; por qué son ellas más longevas; si es cierta la nobleza de los niños frente a la competitividad de las niñas; si existe el instinto maternal y no el paternal; si ellos tienen dificultades para expresar sus sentimientos; si ellas son más intuitivas y ellos sufren afasia.

Queremos creer que lograda la igualdad, las diferencias de género se manifestarán de modo distinto, aflorarán las diferencias, si finalmente las hay, que se derivan de que hombres y mujeres seamos distintos físicamente.

14. En éste: VARIOS AUTORES. Infancia, televisión y género. Guía para la elaboración de contenidos no sexistas en programas infantiles de televisión. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión, 2005.

Los medios de comunicación tienen la obligación de aprender de sus errores y si la igualdad de la mujer ha tardado en hacerse pública, deben reaccionar ahora con premura y mostrar a los nuevos hombres y los múltiples beneficios de la incorporación plena al mundo de lo privado, porque aquellos que ya han llegado a su parcela de obligación en el hogar son partícipes de una cosa que la mujer siempre ha sabido, que la esencia de la felicidad se encuentra entre quienes amamos.

7. SOBRE EL SEXISMO

Sobre las asimetrías en el trato a hombres y mujeres, no en los medios, sino en el habla, en el uso de la lengua.

“No se puede cambiar la lengua por decreto, ni siquiera porque haga referencia a la mujer de una forma mucho menos respetuosa que al hombre, pero sí se puede apoyar el cambio positivo de la sociedad. Y, si eso se consigue, la lengua irá, como siempre, detrás y esos usos que hoy nos molestan irán quedándose anticuados y acabarán cambiando de sitio en los diccionarios y quedando relegados con marca de anticuados”, aventura Pilar García Mouton (2003, p.195).

Hay una confusión total entre lo que se puede o no hacer con la lengua. Da la impresión de que algunas personas creyeran que es tan flexible como para admitir todo tipo de ocurrencias, mientras que otras la consideran un territorio rígido sometido -en sentido estricto- a normas invariables.

La reflexión procede de las reacciones ante quienes han hecho propuestas desde razonables y ecuánimes hasta absurdas y extravagantes por la feminización del lenguaje. En el primer caso, estoy pensando en profesionales que quieren llamarse a sí mismas concejales, fiscalas y juezas -términos todos aceptados por la Academia en femenino-, y en el segundo, en cierta organización andaluza de mujeres que se queja de que no existan términos como ‘marida’ o ‘jóvena’ y pretenden imponerlos.

Es cierto que con la incorporación de la mujer al mundo laboral se producen muy serias vacilaciones en cuanto a cómo denominar a quienes ejercen oficios o profesiones que antes eran territorio masculino. En ese caso, hablamos de términos ocupados. Pero también sucede cuando él llega a profesiones o tareas que pertenecen al coto de la mujer: azafata, matrona, modista, incluso enfermera. Sucede también que cuando ella llega: se adjetivan los sustantivos: secretaria académica/secretario académico.

La siguiente asimetría en el tratamiento de hombres y mujeres son los duales o los pares. Sería ímprobo traerlos todos, pero para muestra pueden valer unos botones:

Hombre público / mujer pública
Fulano / fulana
Zorro / zorra

En ocasiones, se construyen mal:

Varón / hembra
Marido / mujer
Joven (epiceno) / chica

Con el uso de los nombres se producen muy habitualmente disimetrías. Es frecuente que a ellas se las trate por el nombre de pila, pero a ellos por el apellido. También se usan hipocorísticos para mencionarlas, y es relativamente frecuente que los nombres de mujer vayan precedidos

del artículo indefinido. Esta es una costumbre muy extendida en el Levante español, pero como registro es absolutamente inapropiado para los medios de comunicación.

En el caso de ellos es distinto. Se usa el artículo, el hipocorístico -a veces de cosecha propia, además- o el tratamiento de don o señor para vilipendiarlos.

La utilización del término 'hombre' como sinónimo de 'ser humano' es inapropiado porque es cierto que las mujeres no nos reconocemos en él.

El uso del masculino como genérico plantea serios problemas porque no pocos hablantes cuando los enunciados son en ese género gramatical entienden que solo se refiere a los varones. Los textos periodísticos deben ser precisos tanto en los datos como en el relato, en las palabras usadas y en la sintaxis elegida, porque si un texto es interpretable en distintos sentidos habrá quién lo haga en el erróneo.

El masculino genérico, en el que algunos autores se sienten tan cómodos y complacidos, plantea en no pocas ocasiones problemas de interpretación, pero aún no hemos dado con la fórmula para resolverlo y en el periodismo no son útiles los recursos de que se valen otros colectivos: la duplicación del género repitiendo las palabras -vascos y vascas-, el uso de la barra -alumnos / as- y la arroba en sustitución de una vocal. No son útiles porque carga sobremedida el texto y el objetivo de quien escribe es siempre llevar al lector hasta la última línea.

Quien desee aprender encontrará recomendaciones en los muchos manuales y guías que se han publicado desde los años setenta. Pero veamos algunas propuestas:

-Uso de genéricos reales. Se trata de la utilización de nombres que hacen referencia al colectivo, sin que se deba optar por el masculino genérico. Son palabras como población, ciudadanía, infancia, alumnado, funcionariado, profesorado, etc.

La propuesta pretende mejorar la situación de los pensionistas/La propuesta pretende mejorar las pensiones.

-Uso de nombres abstractos. Abogacía, judicatura, jefatura, dirección...

*El director será un hombre del mundo de la cultura / La dirección recaerá en una personalidad del mundo de la cultura.
Los aficionados vieron interrumpida la partida / La afición vio cómo se interrumpía la partida*

-Uso de las formas personales de los verbos y de los pronombres.

*Los que viajan en patera... / Quienes viajan en patera...
Los canadienses creen haber dado con... / En Canadá creen haber dado con...
Si el hombre no es capaz de sentir / Si no se es capaz de sentir...*

-Omisión de masculinos innecesarios.

*Nosotros pactaremos con otros organismos / Pactaremos con otros organismos
Para agilizar los trámites, el contribuyente deberá llamar al Ayuntamiento / Para agilizar los trámites, se deberá llamar al Ayuntamiento*

Algunos manuales hacen propuestas más extensas, e incluso radicales, pero los profesionales de los medios suelen ser personas pragmáticas y suelen tener como primer objetivo informar.

8. TRATAMIENTO DE LA VIOLENCIA MACHISTA

Por su especial relevancia, dedicamos un capítulo al tratamiento de la violencia de género en los medios. Recomendaciones:

- Huir del sensacionalismo y la frivolidad
- Evitar las descripciones detalladas y las imágenes escabrosas
- Se debe respetar el derecho de víctimas y familiares a no facilitar información
- Es obligación de los medios proteger la vida de las víctimas evitando su identificación y la de sus hogares. La denuncia es el momento de máximo riesgo
- Se debe identificar a los agresores y contribuir al rechazo social
- Se debe evitar la relación causa-efecto y su vinculación a grupo social alguno
- No se debe tratar como un suceso y se debe propiciar el seguimiento de la noticia
- Los testimonios de terceras personas -vecinos-, cuando aporten información. Es preferible recurrir a expertos
- En el caso de los debates, no invitar a quienes no tengan una opinión contraria y nítida
- Y titular con la detención o sentencia cuando se produzcan

9. AUTOEVALUACIÓN DE GÉNERO

Isabel Menéndez propone un cuestionario para los periodistas que deseen afinar su mirada de género. Cada una de las preguntas va seguida de tres posibles respuestas: 'Sí', 'No' y 'Sólo en parte'. Es el que sigue, que traigo textual:

Preparación de la información

- 1.-Dispones de información desagregada por sexo.
- 2.-Has tenido en cuenta las necesidades específicas de hombres y mujeres protagonistas o afectados/as por la noticia.
- 3.-El hecho noticioso parte de una situación en la que está equilibrada la presencia de hombres y mujeres (reparto de poder, representación, etc.).
- 4.-En tu información contemplarás los beneficios o perjuicios específicos para hombres y mujeres.
- 5.-Existen términos del hecho noticioso de especial relevancia para las mujeres¹⁵ y los has tenido en cuenta.
- 6.-Has incorporado una reflexión sobre cómo no reproducir los estereotipos sexistas al elaborar esta información.
- 7.-Has buscado información de expertas/os en género para ampliar algún aspecto relativo al impacto de tu información.

Redacción de la información

- 1.-Estás contemplando la participación de hombres y mujeres a lo largo de toda la redacción.
- 2.-Utilizas lenguaje no sexista en la redacción del texto.

15. Sin ánimo de enmendarle la plana, en cada ocasión en que dice solamente mujer, podemos incluir también a los hombres, siempre que se haga con perspectiva de género.

- 3.-Existe equilibrio entre las Fuentes informativas en función del género.
- 4.-Has incorporado explicaciones o argumentos sensibles al género respecto al contenido de la información.
- 5.-Estás utilizando herramientas especializadas (datos desagregados, lenguaje no sexista, documentación sensibilizada al género, etc.).
- 6.-Estás solicitando información a mujeres, grupos de mujeres o expertas/os en género para aquellos aspectos que no te son familiares o en los que no dispones de argumentos.
- 7.-Estás redactando una información en la que se señalan los hechos diferenciales para hombres y mujeres.

Evaluación

- 1.-Has tenido en cuenta el impacto diferencial en función del género en cuanto al contenido del hecho noticioso que has usado para elaborar tu información.
- 2.-Has identificado perfectamente los beneficios o perjuicios que la acción que recoges tendrá en hombres y mujeres
- 3.-Has elaborado una información en la que aparecen equilibrados ambos sexos (protagonismo, fuentes, voces consultadas, etc.).
- 4.-Has eliminado los estereotipos de género de tu información.

10. PROPUESTAS DE VISIONES DISTINTAS¹⁶

-Especial atención a todas las estadísticas desagregadas por sexos que muestren grandes diferencias entre hombres y mujeres.

-En el campo de la ciencia, la técnica y la investigación, dar con investigadores que estén trabajando o investigando en aquellas parcelas que signifiquen cambios notables para la igualdad.

-Detectar a hombres que estén trabajando en áreas o puestos de trabajo en los cuales está subrepresentado y que supongan una conquista de espacios. El hombre ha visto reducido su ámbito en la enseñanza, la medicina, el derecho..., pero ha ganado espacios en otras áreas: como matrono, enfermero, cuidador de ancianos, canguro...

-Visibilizar trabajos no reconocidos. Prestar atención al voluntariado. A sus destinatarios y a sus actores.

-Detectar las diferencias de la división sexual del trabajo.

-Hombres que se ocupan del hogar: amos de casa, licencias por paternidad

-El padre: hombres que afrontan solos la adopción de niños...

-Hombres al frente de familias monoparentales.

-Hombres que solicitan la custodia de sus hijos.

¹⁶. La idea de este apartado se la debo a una conversación con Pilar López Díaz a la salida de una reunión en Madrid. Con todo su entusiasmo arrebatador, me entregó un volumen de 'La violencia contra las mujeres...', lo abrió por la página 42 y me mostró las propuestas de contenidos informativos.

- Desvelar la interdependencia y reciprocidad del trabajo entre mujeres y hombres
- Sentencias que tienen en cuenta al padre como cuidador de la prole.
- El concepto de macho, de hombre varonil, puede ser letal. Otras personalidades de hombre también son masculinas y pueden resultar más efectivas para obtener la felicidad e, incluso, grandes éxitos.
- Cómo se representa al hombre en la ficción: las series televisivas, el cine, la literatura, la publicidad... Qué otros modelos pueden ser rescatados y reproducidos.
- Cómo, en los libros de texto: cómo se representa al hombre en los modelos educativos, o en los currículos escolares, qué lenguaje se usa, qué modelos se llevan, cómo se trata el género en lo que afecta al hombre
- El hombre y la conciliación con la vida privada.
- La anorexia en varones. Los otros trastornos, como vigorexia...
- ¿Los hombres son iguales en todas las sociedades? ¿Hay inversión de atributos masculinos y femeninos en otras culturas? ¿Cómo funcionan otras etnias?
- En la educación primaria, qué juegos se potencian, qué deportes se realizan...
- ¿Qué hombres de ciencia o academia están defendiendo conceptos que hasta ahora estaban asimilados a las mujeres?
- Recoger también las iniciativas masculinas en materias que antes eran privativas de ellas.
- El tratamiento de la sexualidad, también con visión de género.
- Él también es coqueto, también quiere gustar, también cuida su aspecto, usa productos cosméticos, y no es metrosexual.
- Incorporación a las entrevistas rutinarias de una serie de preguntas o materias que dejen entrever cómo se manejan los líderes sociales en el hogar y la familia. Transversalidad en el género.
- Preparación de cuestionarios que incidan en las emociones, sentimientos, y las habilidades de hombres en el mundo de lo privado.
- Las licencias de paternidad en otros países.
- La conciliación en otros países.
- ¿Sufren ellos techos de cristal en algunos campos?
- ¿Cómo se benefician ellos de cambios en el funcionamiento de organizaciones empresariales, políticas, administrativas...
- ¿Tiene repercusiones laborales que sea él quien se encarga del cuidado de los niños?, ¿son mejores compañeros o mejores trabajadores cuando comparten esas tareas?

- Hombres en cargos de responsabilidad que eran cotos femeninos: Bienestar social, igualdad, violencia de género, asistencia social...
- Hombres que rompen los estereotipos de género.
- Fotografías de hombres cuidadores, de hombres que se emocionan, que dan de comer a sus hijos, que pasean con niños, con ancianos, hombres que cuidan en el hospital, hombres en tareas del hogar...
- Orígenes de la división por sexos y géneros...
- Ellos en carreras o disciplinas en las que están subrepresentados: en asistencia social, en el baile, el ballet...
- ¿Trabajos masculinos y trabajos femeninos?
- ¿Hay cualidades femeninas y cualidades masculinas?
- Atención (alarma) ante situaciones en las que empresas, instituciones, organismos, dificultan que ellos se beneficien de licencias normalmente atribuidas a mujeres.
- Hombres que han optado por el trabajo a tiempo parcial para el cuidado de la familia.
- Que porcentaje de hombres hay en las estadísticas de la ley de dependencia.
- Estadísticas en el ámbito de la conciliación de la vida profesional y privada.
- Hombres que gozan de éxitos vicarios, consortes de grandes mujeres.
- Atención predominante a grupos de hombres por la igualdad.
- La justicia en los casos de custodia de los hijos tras el divorcio o la separación.
- ¿Qué significa ser feliz para un hombre y para una mujer?¹⁷
- Crítica de narrativa y ensayo de especial interés para hombres y mujeres.
- La violencia masculina también contra los hombres.
- La representación de lo femenino y masculino en los refranes, chistes, cómics, videojuegos y otros mecanismos de socialización como las canciones.
- La elaboración de guiones de ficción.
- La construcción de la masculinidad. La masculinidad y la sexualidad. La masculinidad y la violencia de género. El cuerpo. Identidades sexuales.
- ¿Qué se esconde tras el síndrome de alienación parental?

17. Ésta y las propuestas que siguen aparecen en el volumen de López Díaz.

11. PROPUESTAS FINALES

- Estar continuamente alerta, en actitud respetuosa hacia la igualdad
- Diversificar las fuentes de información.
- Replantear constantemente los contenidos informativos de forma que no se distorsione la realidad.
- Incorporar nuevos puntos de vista, nuevos enfoques, nuevas formas de tratar los temas, de seleccionarlos...
- Evitar los tópicos, la erosión de la fuente. Recurrir, por ejemplo, a hombres para hablar de cuestiones domésticas atribuidas por lo general a la mujer.
- Incorporar las cuestiones de género a todas las informaciones, no relegarlas para aquellos asuntos que tienen vinculación directa con ello.
- Evitar tratamientos discriminatorios con especial atención a las fotografías, a sus contenidos, sus enfoques y sus tratamientos.
- Cuidar con mimo la lengua y la forma en que nos expresamos. Buscamos la precisión en los datos y en la forma de expresarse.
- Mostrar al hombre en esos ámbitos en los que está subrepresentado, en el ámbito de lo privado y lo familiar.

12. BIBLIOGRAFÍA

- BERGARA, Ander; RIVIERE, Josetxu y BACETE, Ritxar. Los hombres la igualdad y las nuevas masculinidades. Vitoria: Emakunde, 2008
- BRIZENDINE, Louann. El cerebro femenino. Madrid: RBA, 2007.
- CAREAGA, Pilar. El libro del buen hablar. Una apuesta por un lenguaje no sexista. Madrid: Fundación mujeres, 2002.
- GALLEGO AYALA, Juana. 'De reinas a ciudadanas (o la imposibilidad de dejar colgado el género en la puerta de la redacción)'. En Género y Comunicación, nº 9: Buenas prácticas periodísticas desde la perspectiva de género. Madrid: Ameco, 2007.
- GARCÍA MOUTON, Pilar. Así hablan las mujeres. Madrid: La esfera de los libros, 2003.
- GARCÍA MESEGUER, Álvaro. ¿Es sexista la lengua española? Una investigación sobre el género gramatical. Barcelona: Paidós, 1994.
- Lenguaje y discriminación sexual. Barcelona: Montesinos, 1988
- HERVÁS MORENO, Macu. El techo de cristal. Huesca: Gobierno de Aragón, 2006.
- JAYME, María y SAU, Victoria. Psicología diferencial del sexo y el género. Barcelona: Icaria, 2004.
- LÓPEZ DÍEZ, Pilar. La violencia contra las mujeres desde la perspectiva de género en el programa 'Tolerancia cero' de Radio 5. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión, 2007.
- MENÉNDEZ MENÉNDEZ, María Isabel. 'Claves prácticas para elaborar información desde la perspectiva de género. Aportaciones desde el mainstreaming'. En Género y comunicación . Salamanca: Fundamentos, 2007.
- MOLINER, María. Diccionario de uso del español. Madrid: Gredos, 1983.
- RANDALL, David: El periodista universal. Madrid: Siglo XXI, 1999
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Banco de datos (CORDE) [en línea]. Corpus diacrónico del español. <http://www.rae.es>
- Banco de datos (CREA) [en línea]. Corpus de referencia del español actual. <http://www.rae.es>
- Diccionario de la lengua española. 22ª edición. <http://www.rae.es/rae.html>
- El Nuevo Tesoro Lexicográfico de la Lengua Española. <http://buscon.rae.es/ntlle/SrvltGUILoginNtlle>
- VARIOS AUTORES. Infancia, televisión y género. Guía para la elaboración de contenidos no sexistas en programas infantiles de televisión. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión, 2005.