

Espacio para la igualdad: El ABC de un periodismo no sexista

VARIAS AUTORAS,

FEMPRESS, SANTIAGO DE CHILE, 1996.

Tres periodistas latinoamericanas: la argentina Ana María Amado, la mexicana Berta Hiriart y la puertorriqueña Norma Valle -corresponsales en sus países de la Red de Comunicación Alternativa de la Mujer (Fempress)- acaban de publicar el libro *Espacio para la*

igualdad: el ABC de un periodismo no sexista.

Ana María es comunicadora, profesora de la Universidad de Buenos Aires y realiza diversos programas radiales. Berta es escritora y periodista *free-lance* y dirigió la revista latinoamericana *Fem*. Norma es profesora de

periodismo y radio en la Escuela de Comunicación Pública de la Universidad de Puerto Rico, recinto de Río Piedras, y es directora y coproductora del programa semanal de radio "Agenda de hoy" de Radio Universidad de Puerto Rico.

La obra, magníficamente ilustrada por la humorista argentina Diana Raznovich, fue editada por las chilenas Adriana SantaCruz y Viviana Erazo, directoras de *Fempress*. Está dirigida a personas que trabajan en los medios de comunicación como guionistas, cineastas, publicistas, relacionistas, productores de video y periodistas, pero también sirve a los estudiantes de comunicación social.

Fempress, por su parte, es una red de comunicación alternativa de la mujer que desde hace quince años no ha dejado un sólo mes de publicar la revista *Mujer y hacerla llegar a todos los grupos de mujeres, centros de estudio o documentación, programas de género en instituciones públicas o privadas, mujeres con vocería y representación pública, y desde luego periodistas y medios masivos de comunicación.*

Justamente desde hace cinco años, una selección de artículos entregados en una separata llega al escritorio o al correo electrónico de periodistas y medios. La mayor parte de los más prestigiosos periódicos de América Latina y el Caribe reproducen una y varias veces los artículos, y no pocos periodistas o investigadores los usan como fuente de ideas e información. El servicio radiofónico también permite que los artículos tengan una masiva difusión vía espacios alternativos o tradicionales.

El *ABC de un periodismo no sexista* está diseñado como un instrumento para estimular y acompañar la construcción de una comunicación no sexista, es decir, para que el periodismo respete y valore lo que hacen, dicen y piensan las mujeres; para que informe de aquellas

actividades que buscan su desarrollo como seres humanos, y para que no las encasille en los clichés con los que se refuerza su tratamiento discriminatorio.

Los cinco capítulos del libro pueden leerse de forma consecutiva o independiente. El primero está dirigido a analizar qué es eso de sexismo, sus orígenes y cómo afecta a las mujeres. Estimula también una revisión sobre la manera como las distintas formas de lenguaje reflejan un sexismó ancestral, crean y reproducen patrones de comportamiento. Así lo muestra el libro en el lenguaje personal del mundo privado que expresa pensamientos y deseos, en el lenguaje social que sirve para la comunicación en el ámbito público, en el académico y periodístico que juegan un papel en la construcción y reproducción de la cultura.

El segundo capítulo estudia la función de los medios, la imagen que transmiten, los modelos de la prensa, sus estereotipos y señuelos. Muestra cómo el lenguaje de las imágenes y las palabras arma un mundo de representaciones sobre la base de la diferencia sexual. Estas representaciones constituyen la manera de hacer visibles los signos y fenómenos de una sociedad o de una cultura, al organizar la percepción de la realidad a través de la construcción de categorías para nombrarla. Llama entonces a descifrar cómo los medios construyen y hacen circular ideas sobre el ser hombre o mujer; en qué ideologías se inscriben los discursos, cuáles mecanismos institucionales buscan legitimar y qué estrate-

gias usan para ello; en fin, de qué manera la industria cultural produce y alimenta el imaginario acerca de las identidades sexuales.

El tercer capítulo se refiere a las mujeres periodistas y muestra que no hay una correspondencia entre crecimiento cuantitativo y cualitativo de las comunicadoras mujeres con los signos realmente transformadores de la imagen femenina en los medios.

El cuarto capítulo está dedicado a la comunicación alternativa como punta de lanza. Trae además el Plan de Acción Mundial de la década de la mujer, así como la decisión del Consejo de ministros de la Unión Europea de usar un lenguaje y una terminología que reflejen igualdad y tengan en cuenta la presencia, la situación y el papel de la mujer.

El último capítulo contiene propuestas concretas para desatar el sexismó de mentes y corazones, ejercitarse el autoanálisis y reconocer que no corresponde a las transformaciones que han ocurrido en la vida de las mujeres. Igualmente, reproduce los compromisos asumidos al respecto en la IV Conferencia Mundial de la Mujer en Beijing por los Estados, las organizaciones no gubernamentales y los movimientos de mujeres.

Las autoras insisten en que hacer periodismo no sexista no es algo que surge espontáneamente y fácilmente. Implica un esfuerzo consciente y cuidadoso, pues se trata sobre todo de identificar y erradicar prejuicios atávicos y estereotipos corrientes. Para eso hay que desarrollar nuevas formas de ver, pensar y contar la realidad y crear destrezas de

observación, reflexión y redacción. Por eso, cada capítulo contiene ejercicios para realizar individual o colectivamente y aprender a usar un lenguaje que no discrimine consciente o inconscientemente por razones de género.

Este libro, pretende entonces, estimular de manera muy concreta la construcción de una comunicación desde una perspectiva no sexista, es decir que respete y reconozca todos los segmentos de

la sociedad. Una comunicación democrática que sea un espacio para la igualdad.

SOCORRO RAMIREZ,
Investigadora del Instituto de
Estudios Políticos y Relaciones
Internacionales.