Género y sexo en los medios de comunicación

POR **CONCHA FAGOAGA**

El estudio de los medios de comunicación desde las perspectivas del discurso del género y de la diferencia sexual sigue ofreciendo propuestas que enriquecen la discusión abierta avanzado ya el último tercio del siglo veinte. Si entonces los equipos de investigación, que nacieron en facultades de comunicación e información, podían contarse con los dedos de una mano, hoy se extienden por departamentos de sociología, filología, psicología en una profusión inusitada. Los organismos de igualdad de las diferentes Comunidades Autónomas, animados por directivas europeas, han contribuido al mantenimiento del debate con recursos para investigación y celebración de reuniones expertas, congresos y jornadas de diverso calado, como así muestra, y podríamos indicarlo como una tendencia, la mayor parte de la producción bibliográfica de estos dos últimos años. Destaca así el cuaderno de trabajo de varios autores, *Arrinconando estereotipos en los medios de comunicación y la publicidad* (Madrid 2003), fruto de las reuniones auspiciadas por la Comisión Europea y la Comunidad de Madrid y que ha unido a diferentes universidades de España, Italia, Francia y Portugal con el propósito de acercar a sus respectivas sociedades los problemas de género advertidos en los medios de comunicación de estos países. Una segunda tendencia que se advierte es la cada vez mayor atención de investigadores varones a este tipo de estudios. En las actas del congreso de Valladolid (VV.AA., *Mujeres, hombres y medios de comunicación,* Valladolid, 2002), aquellos firman casi un tercio de las más de sesenta aportaciones presentadas en cuatro volúmenes.

Un periodismo de género

Una tercera tendencia que se observa es la de centrar el foco en problemas de producción de los media, toda vez que las mujeres están tomando parte en esa producción no precisamente como minoría simbólica, sino como masa crítica. Así, Gallego (2002) y su equipo han trabajado sobre la división de competencias dentro de la sala de redacción y da razón de las dificultades para que los problemas de género dejen de ser latentes y emerjan como tales y así sean reconocidos. Durante 124 jornadas, de junio de 1998 a mayo 1999, han participado

Fundación Telefónica
Telefónica

en el trabajo cotidiano de *El País, La Vanguardia, El Periódico, Avui* y la Agencia EFE. El estudio es rico en consideraciones de cada una de las redacciones que mantienen esos medios y entre las conclusiones llega a plantear si no es el momento de que los diarios contraten expertos y expertas en relaciones de género, igual que mantienen las más variadas experticias, con el fin de evitar en lo posible la estereotipia de los contenidos. En este sentido es también meritorio el estudio de Menéndez (2003) que ha observado en el periodo julio 1999-julio 2000 los entornos directivos de los 129 diarios impresos de pago de todas las Comunidades Autónomas y constatado la escasa participación de las mujeres en esos entornos, un catorce por ciento que se alcanza con la inclusión de lo que ella denomina "el cuarto nivel", el de los jefes de sección, tras los de dirección, adjuntos y subdirectores y redactores-jefes. Teniendo en cuenta que es harto discutible el que los jefes de sección formen parte de los entornos directivos, la cifra porcentual aportada por Menéndez sería aún más baja. Ambos estudios coinciden y apuestan por una información que «contemple las diferencias de género» o, como directamente lo denomina Menéndez, «un periodismo de género».

Violencia y normas de estilo

Entre las tematizaciones, la de la violencia es recurrente en algunos de los estudios ya señalados, siguiendo así una tendencia abierta en los años noventa. Habría que añadir a éstos los trabajos editados por Bernárdez (2002) que previamente se expusieron en el curso de verano 2001 de El Escorial bajo el título que da nombre al libro: *Violencia de género y sociedad: una cuestión de poder* y ocupa también los trabajos editados por el Instituto Audiovisual de Andalucía (2003), *Medios de comunicación y violencia contra las mujeres*, tras unas jornadas que reunieron en Sevilla a periodistas y realizadores sobre todo, en 2002.

Si el reto, las preguntas que plantean los estudios de género a los medios de comunicación no son sólo de orden socioeconómico y cultural, sino también lingüístico, era de esperar que los departamentos de filología entrasen de lleno en este debate. Entre las últimas aportaciones podemos recoger los estudios editados por Vigara y Jiménez Catalán, *Género, sexo, discurso* (Madrid 2002); es reseñable aquí el trabajo de Vigara sobre las prácticas discursivas de la prostitución a través de la publicidad de la sección diaria de prostitución de la prensa española de referencia, más conocida como *relax*, que prueba cómo el anuncio construye activamente asimetrías de género; también el de Ojeda sobre la persistencia de estereotipos femeninos en las canciones *country* estadounidenses. Para la comunicación escrita y oral periodística resultan útiles las *Guías de Estilo 1 y 2* de Calero et al. y Bengoechea y Calero respectivamente (Valladolid 2003). Esta última propone un auténtico manual de estilo a las organizaciones redaccionales, complementario de los tradicionales libros de estilo de las grandes redacciones, cuyo uso podría evitar las largas quejas de los que usan la información, hombres y mujeres.

Referencias

Fundación Telefónica
Telefónica

BENGOECHEA, M. y CALERO, M.L.: *Guía de estilo 2. Sexismo y redacción periodística,* Valladolid, Junta de Castilla y León, 2003.

BERNÁRDEZ, A. (edit.): *Violencia de género y sociedad : una cuestión de poder*, Madrid, Ayuntamiento de Madrid, 2002.

CALERO, Mª L., LLITERAS, M. y SASTRE, M.A.: *Guía de estilo 1. Lengua y discurso sexista*, Valladolid, Junta de Castilla y León, 2003.

GALLEGO, J. (dir.): *La prensa por dentro. Producción informativa y transmisión de estereotipos de género*, Barcelona, La Frontera, 2002.

MENÉNDEZ, I.: *El cuarto poder ¿un poder de mujeres?*, Oviedo, Milenta, 2003 (Prólogo de Amelia Valcárcel).

VIGARA, A. Mª y JIMÉNEZ CATALÁN, R.M. (eds.): *Género, sexo, discurso*, Madrid, Edic. del Laberinto, 2002.

VV.AA.: *Arrinconando estereotipos en los medios de comunicación y la publicidad*, Madrid, Comunidad de Madrid/ Comisión Europea, 2003.

VV.AA.: *Medios de comunicación y violencia contra las mujeres*, Sevilla, Fundación Audiovisual de Andalucía/ Instituto Andaluz de la Mujer, 2003.

VV.AA.: *Mujeres, hombres y medios de comunicación (4 vols.)* Valladolid, Lex Nova/ Junta de Castilla y León, 2002.

Fundación Telefónica
Telefónica