

## Las palabras tienen sexo II. Herramientas para un periodismo de género.

Chaher, Sandra y Santoro, Sonia (compiladoras).

Artemisa Comunicación Ediciones.

Buenos Aires, julio de 2010, 257 páginas.

Por Florencia Laura Rovetto\*

Cuando a principios de los años 70 se empezaron a realizar los primeros estudios académicos destinados a conocer la situación de las mujeres en los diferentes puntos del planeta, en los resultados de todos ellos se incluye un aviso y una recomendación con carácter de urgencia:

*“Si se quiere combatir las desigualdades profundas existentes por razón de sexo y que las medidas o planes que se creen para ello sean eficaces, lo primero que se ha de modificar es el comportamiento de los medios de comunicación”.*<sup>1</sup>

Desde entonces hasta hoy han pasado más de treinta años y no sólo ya no hay jornada, conferencia o congreso de mujeres que no aborde el rol de los medios de comunicación en el tratamiento desigual de la información según el sexo, sino que, cada vez más, se reconoce que los medios de comunicación son las instituciones con mayor poder para elaborar y trazar directa o indirectamente las pautas culturales de las sociedades, y que dichas pautas, generalmente, desplazan, excluyen o marginan a la mayoría de la población que no se encuentra en los centros de poder.<sup>2</sup>

---

\*- CONICET – UNR florencia.rovetto@gmail.com.

<sup>1</sup> Esta advertencia se encuentra en la nota editorial Teoría feminista: una aproximación al pensamiento de la diferencia sexual (1991), Revista Duoda 2, pp. 10-12. Barcelona: Centro de Investigación de Mujeres.

<sup>2</sup> Ya en 1975, durante el *decenio de la mujer*, la UNESCO planteó elaborar diversos informes en los cuales recoger “la situación de la imagen de la mujer en los medios

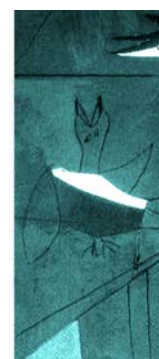
Ciertamente, se ha demostrado ampliamente, gracias a numerosos estudios de mujeres realizados desde la perspectiva de género y desde la crítica al androcentrismo, que el tratamiento informativo de la realidad que hace la mayoría de los medios de comunicación no sólo favorece los prejuicios sexistas, sino que además, y lo que es más preocupante aún, construye un relato sesgado de la realidad, que da cuenta de una parte de la población: generalmente hombres de clase dominante con poder político y económico.<sup>3</sup>

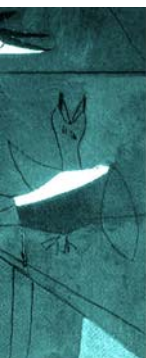
La irrupción de la crítica feminista en las Ciencias Sociales y Humanas ha provocado cambios fundamentales en los modos de hacer y concebir la investigación social, generando rupturas teóricas y metodológicas claves. Han pasado más de tres décadas desde que los estudios feministas en comunicación comenzaran a consolidarse en occidente, impulsados por enfoques y disciplinas tan diversas como la semiótica, el análisis fílmico, la sociología, el psicoanálisis o la teoría literaria. Sin embargo, como señalan M<sup>a</sup> José Sánchez Leyva y Alicia Reigada Olaizola:

---

*de comunicación en todas partes del mundo”* y también trató de acercarse a la situación de la mujer como trabajadora en los medios. Para ampliar esta información ver: Ceulemans, M.; Fauconnier, G. (1979). *Mass media: the image, role and social conditions of women; a collection and analysis of research materials*. París: UNESCO.

<sup>3</sup> Al respecto ver los planteamientos teóricos de Moreno Sardà A. (1996). *La mirada informativa*. Barcelona: Bosch, centrados en el concepto androcentrismo que plantean la hipótesis del *arquetipo viril* como eje fundamental de la construcción de las ciencias sociales. Para esta investigadora el *arquetipo viril* ha sido construido por los medios de comunicación y el discurso histórico académico, como sujeto agente de las transformaciones y cambios sociales, creando versiones parciales de la realidad, fruto de enfocar a ciertos hombres (blancos, adultos y de clase dominante) en sus pugnas por el ejercicio del poder y el dominio sobre otros y otras. Estos protagonistas suelen aparecer con nombre y apellidos y son vistos como los sujetos que “hacen” la historia.





“A pesar de la riqueza que desde sus inicios supuso la vocación interdisciplinaria de los estudios feministas en comunicación, son importantes las limitaciones que hoy en día siguen presentando estos estudios. Además de continuar ocupando un lugar marginal en el campo más amplio de las investigaciones en comunicación”.<sup>4</sup>

Sin embargo, actualmente, las investigaciones sobre *mujeres y medios de comunicación* tienen un creciente interés para los organismos públicos y los movimientos sociales que han alineado sus expectativas para contribuir al desarrollo teórico y la expansión de cierta vocación política que relaciona teoría y práctica y se interroga sobre el sentido de la investigación orientada a la crítica y a la transformación social.<sup>5</sup>

En esta línea de trabajos y elucidación de la representación de las mujeres en los medios de comunicación se inscribe el libro *Las palabras tienen sexo II. Herramientas para un periodismo de género*, publicado recientemente por la editorial Artemisa Comunicación. Esta obra reúne diferentes trabajos compilados por las periodistas Sandra Chaher y Sonia Santoro, que son, a su vez, fundadoras del espacio Artemisa Comunicación.<sup>6</sup> Es asimismo la continuación de *Las palabras tienen sexo. Introducción a un periodismo con perspectiva de género* que la misma editorial publicó en julio de 2007.

---

<sup>4</sup> Sánchez Leyva, M<sup>a</sup> J. y Reigada, A. (2007). “Revisitar la comunicación desde la crítica feminista. Notas introductorias”. En: Sánchez Leyva, M<sup>a</sup> J. y Reigada, A. (coords.) *Crítica feminista y comunicación*, Sevilla: Comunicación Social.

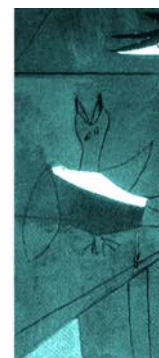
<sup>5</sup> Ver Moreno, A.; Rovetto, F. y Buitrago, A. (2007). *¿De quién hablan las noticias? Guía para Humanizar la información*. Barcelona: Icaria.

<sup>6</sup> La Asociación Civil Artemisa Comunicación lleva adelante un programa de sensibilizaciones y capacitaciones sobre periodismo y enfoque de género en toda América Latina. Desde 2005 envía un boletín semanal a través de su portal Artemisa Noticias <http://www.artemisanoicias.com.ar/>.

*Las palabras tienen sexo II. Herramientas para un periodismo de género* es una compilación imprescindible de ensayos y análisis críticos a los medios de comunicación en Argentina que fueron escritos por académicas como Mónica Tarducci, Eleonor Faur y Claudia Laudano, entre otras, así como por periodistas especializadas en género como Gabriela Barcaglioni, Luciana Peker, Carolina Escudero.

La obra se presenta en 12 capítulos que abordan temas y debates actuales de la crítica feminista a los medios de comunicación, como historia del feminismo en Argentina, diferentes paradigmas de investigación de comunicación para abordar la problemática de género, las masculinidades en los medios, la salud sexual y reproductiva en el periodismo, sensibilización tecnológica, el lenguaje no sexista, la paridad laboral y la invisibilización de las mujeres en los medios, los femicidios en los medios de comunicación, cómo abordar la trata de personas desde el periodismo, la publicidad y las estrategias actuales para incidir en los medios de comunicación desde la perspectiva de género, apoyadas en las nuevas tecnologías de la información.

Para comprender el espíritu que anima a las compiladoras de este libro, Chaher y Santoro, basta con leer en la Introducción lo que se pretendió transmitir: *“El acceso de las mujeres a los medios de comunicación, como protagonistas de las noticias y como hacedoras de las mismas, es un reclamo vinculado a la justicia, a la paridad y a la democratización de la sociedad”*, y plantean que *“una sociedad no puede decirse libre, justa ni democrática si las voces de más del 50% de sus integrantes no pueden ser escuchadas”*.



## Bibliografía:

Ceulemans, M. y Fauconnier, G. (1979). *Mass media: the image, role and social conditions of women; a collection and analysis of research materials*. París: UNESCO.

Moreno, A. (1996). *La mirada informativa*. Barcelona: Bosch

Moreno, A.; Rovetto, F. y Buitrago, A. (2007). *¿De quién hablan las noticias? Guía para Humanizar la información*. Barcelona: Icaria.

Sánchez Leyva, M<sup>a</sup> J. y Reigada, A. (2007). “Revisitar la comunicación desde la crítica feminista. Notas introductorias”. En: Sánchez Leyva, M<sup>a</sup> J. y Reigada, A. (coords.) *Crítica feminista y comunicación* (pp. 7-28). Sevilla: Comunicación Social

