

Valeria Trino Rodríguez
Universidad Mayor de San Andrés
Diplomado en Comunicación Estratégica

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN POSGRADO E INTERACCIÓN SOCIAL
EN COMUNICACIÓN IpiCOM



**COMUNICACIÓN INCLUSIVA COMO INSTRUMENTO PARA LA
CONSTRUCCIÓN DE UNA SOCIEDAD CON IGUALDAD DE GÉNERO**

**MONOGRAFIA DEL DIPLOMADO GÉNERO, COMUNICACIÓN Y PERIODISMO
2019 – 2020**

AUTORA: MARIA DE LOS ÁNGELES VALERIA TRINO RODRÍGUEZ

LA PAZ-BOLIVIA

JUNIO 2021

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN
2. DESARROLLO
3. CONCLUSIÓN
4. BIBLIOGRAFÍA

RESUMEN

El presente documento de investigación tiene como objetivo el demostrar las nuevas habilidades y competencias que la autora desarrolló a partir del diplomado “Género, Comunicación y Periodismo”, además de ser una herramienta de transformación y servir a la reflexión a cualquier persona que tenga el documento en sus manos para su posterior lectura.

El texto inicia con una breve explicación de lo que la autora entiende por comunicación, enfoque de género, sexo, orientación sexual, género, identidad de género,

Posteriormente explica lo que es comunicación con perspectiva de género y expone las malas prácticas en el periodismo y cómo este sector periodístico puede transformar esas malas prácticas.

ABSTRACT

The objective of this research document is to demonstrate the new skills and competencies that the author developed from the diploma "Gender, Communication and Journalism", in addition to being a tool for transformation and to serve the reflection of anyone who has the document in your hands for later reading.

The text begins with a brief explanation of what the author understands by communication, gender approach, sex, sexual orientation, gender, gender identity,

Subsequently, he explains what communication with a gender perspective is and exposes bad practices in journalism and how this journalistic sector can transform these bad practices.

1. INTRODUCCIÓN

Todo comunicador social, a partir de sus estudios superiores, tiene conocimiento que la profesión de Ciencias de la Comunicación Social o en otras casas de estudio únicamente nombrada como Comunicación Social no solo se limita al periodismo, teoría que conocedores interpelan, sino más bien a todo aquel hecho que conforme el transmitir información y recibir una respuesta.

La comunicación como tal se encuentra en cada situación que vivimos, ya que todo comunica algo.

En este documento se observan y mencionan algunas características positivas y negativas de comunicación y el aporte al utilizar esta de forma positiva, siempre con un enfoque de género para la igualdad de la misma.

2. DESARROLLO

2.1. COMUNICACIÓN

A pesar que teóricos inician indicando que la comunicación es emisor, canal, código, mensaje y receptor, en este documento se utiliza la teoría de Luis Ramiro Beltrán sobre comunicación horizontal e indica que no hay comunicación si es que no hay receptor que responda al mensaje previamente emitido.

En “La investigación para democratizar la comunicación de José Luis Aguirre Alvis, este indica sobre Luis Ramiro Beltrán: “Su búsqueda de las condiciones objetivas para una «comunicación horizontal» que se resume en la trilogía «acceso», «participación» y «diálogo», acuñada por Beltrán, crean los indicadores para observar la relación democrática en los procesos de circulación de mensajes además de devolver a la comunicación su inevitable condición política. (Ver anexo 1)

En la RAE encontramos nueve definiciones sobre comunicación, entre las más importantes, tres: 1. f. Acción y efecto de comunicar o comunicarse. 2. f. Trato,

correspondencia entre dos o más personas.3. f. Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.

2.2. ENFOQUE DE GÉNERO

La Declaración Universal de Derechos Humanos, artículo 1 indica: “todas las personas, hombres y mujeres nacemos libres e iguales en dignidad de derechos”.

Cuando se pretende analizar y comunicar con enfoque de género significa hacerlo ignorando la idea de las características sociales que tanto el hombre, la mujer como otros géneros llevan consigo a partir de las tradiciones que la sociedad les consigna, promoviendo las situaciones de desigualdad. Y tomando en cuenta, más bien, cómo cada persona percibe su cuerpo y su realidad.

Para comprender en su totalidad a que refiere género, de igual forma hay que comprender otros términos: sexo, orientación sexual, género e identidad de género.

Sexo es la anatomía con la que un ser vivo nace. En el caso de los seres humanos, pueden nacer con sexo femenino (cromosoma XX) o masculino (cromosoma XY), es decir, con vagina o pene, etc. ([Anexo 1](#))

Cuando se menciona género se habla sobre las cualidades y condicionamientos que se asignan a una persona. Sin embargo, una persona puede identificarse no necesariamente con el sexo biológico con el que nació.

Según el libro “Comunicación, Género y prevención de Violencia” género es “un término que explica las diferencias sociales existentes entre hombres y mujeres, así como los aspectos culturales que influyen para que dichas diferencias se vuelvan desigualdades sociales”.

Los géneros son “construcciones sociales e históricas elaboradas sobre la base de la diferencia sexual, que ha configurado las relaciones entre las mujeres y los hombres. Son las prácticas símbolos, representaciones, normas y valores sociales

considerados como pertenecientes a un género u otro, variando según las diferentes

culturas, momentos históricos, clases sociales, etnias, religiones, etc.” (Aguilar Ayerra, 2002).

La identidad de género refiere a cómo una persona se siente, y cómo expresa su género a través de su vestimenta, comportamiento y apariencia personal. Los tipos de identidad de género son: cisgénero, transgénero, transexual y tercer género o no-binario.

Cisgénero son aquellas personas cuya identidad de género y sexo biológico coinciden; transgénero son aquellas personas cuya identidad de género no coinciden; transgénero son aquellas personas quienes modifican su anatomía con hormonas y cirugías para hacer que su identidad de género coincida con su cuerpo; tercer género o no binarios son aquellas quienes no se identifican con el género femenino, ni masculino.

La orientación sexual es la atracción sexual, erótica, emocional o amorosa de una persona. Existen muchos tipos de orientación sexual, las principales son: la heterosexualidad: atracción hacia personas del sexo opuesto; la homosexualidad: atracción hacia personas del mismo sexo; y la bisexualidad: atracción hacia personas de ambos sexos.

Perspectiva de género: Es el enfoque que analiza las relaciones entre géneros desde una perspectiva incluyente. Analiza las condiciones sociales de igualdad o desigualdad, así como los cuestionamientos a las relaciones de poder en base de propuestas transformadoras justas e igualitarias, respetuosas de los derechos humanos de las personas.

Igualdad es proponer ser iguales, se lo malinterpreta utilizándolo de manera general cuando lo que se plantea es buscar la igualdad jurídica.

Equidad de género: Por ejemplo, una mujer no puede ejercer su igualdad jurídica porque aparte de ir a trabajar debe encargarse de sus hijos. Entonces, se propone empatía y herramientas para facilitar este proceso laboral y lograr la equidad de género.

2.3. VALORES HUMANOS

Cada ser humano, cada periodista y cada comunicador social tiene sus prejuicios y valores tanto éticos como morales. Sin embargo, es de vital importancia reconocer cuáles de ellos aportan a la sociedad, y cuáles no. Priorizar los que impulsan el desarrollo humano e incentivan la paz entre culturas es trascendental.

“No cabe duda de que las sociedades no podrían acceder a una vigencia sólida de ética, sin el concurso firme y sostenido del periodismo, de los periodistas”.

- Alberto Bailey Gutierrez, Libre Expresión 11.

El tema de género es hoy por hoy más reconocido y toma una escala de importancia más alta que en el pasado. Probablemente, hoy en algunas casas de estudio se maneje el tema de género abiertamente; sin embargo, en el pasado no fue así. Cecilia Chacón y Boris Miranda en su artículo “Coberturas que esconden” puntualizan: “La cobertura local de hechos de violencia de género, al carecer de referencias durante la etapa de formación de los periodistas vigentes, reproduce la misma carga ideológica, política, cultural y social que permitió que este fenómeno sea parte de la cotidianidad del país. Así las notas (...) esconden las raíces estructurales de la violencia de género, perpetúan los roles patriarcales de dominación y subalternización de la mujer hacia el hombre, cosifican a las mujeres en situación de violencia y neutralizan su capacidad de acción y libertad de decisión”:

Para “Comunicación, Género y Prevención de Violencia” una ética periodística sensible al género requiere cambios, la autora de la presente investigación cita algunos de ellos que cree son los más importantes y no redundantes en el texto:

1. “Hablar de mujeres reales, sin imágenes discriminatorias. Abstenerse de usar descripciones de mujeres que incluyan su estado físico y situación conyugal y/o familiar, a menos que sea esencial para la noticia. Una buena comprobación es preguntarse si se incluiría la misma información en caso de que fuera hombre”.

En Bolivia ocurrió un caso en el que la policía irrumpió en un bar clandestino en el que las cámaras de un canal visibilizaron a una mujer que apenas podía caminar por haber ingerido alcohol”. Al día siguiente la Red Unitel, como es habitual hizo su comedia matutina con el tema más relevante. Decidieron hacer una actuación burlándose de esa mujer, no solamente por la forma en que ella salió del lugar mencionado, sino también por su forma de vestir, su cabello y su cuerpo.

Cuando un medio de comunicación va a informar sobre algún caso que compete a la mujer debe hacerlo de forma objetiva, con una mirada empática y solidaria e ir a lo que es la noticia y no redundar en características irrelevantes con las que la mujer se puede sentir menospreciada.

2. Respetar el equilibrio entre sexos en la elección de personas “expertas” o testigos. Reforzar el equilibrio de las noticias preparando una lista de mujeres dispuestas a dar sus opiniones.

3. Denunciar la opresión en general y particularmente de las mujeres.

4. Promover responsabilidades compartidas y defender derechos humanos, evitando una imagen de mujer como dependiente.

5. Conocer las instituciones nacionales que deben proteger los derechos humanos (especialmente de las mujeres). Valorar a qué recursos tienen acceso control hombres y mujeres.

6. Criticar la virilidad reducida a la capacidad sexual o al gusto por el poder.

7. Evitar descripciones sobre las mujeres que son intrínsecamente limitativas (“madre de seis niños”), o que trivializan, disminuyen o explotan a las mujeres.

Tener cuidado con asignar papeles según el sexo, que hacen juego a los prejuicios.

Ejemplo: Cuando ocurre algún feminicidio es habitual poner la biografía de la mujer en la nota. O si es una nota televisiva se la presenta a la mujer a través de sus familiares y lo que dicen de ella. Hay que ser muy delicados al mencionar que la mujer asesinada, tenía un futuro por delante, tenía proyecciones, era joven, era madre. Pese a que todas esas características forman a la persona, solo hace ver que los feminicidios a mujeres que no compartían sus sueños, no eran madres, o eran adultas no tienen la misma relevancia.

8. Promover las responsabilidades compartidas en el hogar y valorizar el trabajo doméstico.

4. MEDIOS MASIVOS

En “Adolescencia y medios de comunicación”, investigación realizada por Rene Zeballos Clavijo y Marisol Murillo Velásquez en 2012 confirman la importancia de los medios de comunicación en los jóvenes. Parten de la pregunta: ¿dónde aprendió más en la vida? Los resultados fueron: “En la familia señala el 33.7%, en los medios de comunicación, anota el 11.5% y con los amigos dice el 10%.

¿Cómo es que una persona conoce lo que pasa a su alrededor fuera de la amplitud de su propia observación?, ¿cómo es que esa persona percibe la forma en la que las otras ven el mundo? Los medios de comunicación son la respuesta. Sin necesidad de que una persona ingrese a un medio de información televisivo, radial o impreso, y tan solo ingresando a su plataforma de películas favoritas y ver cuáles de ellas son las preferidas, ya puede percibir qué tipo de películas son las receptivas por la sociedad. Por ejemplo, si 7 de las 10 películas más vistas y con mayor puntaje son con apertura LGBT, la persona podrá percibir que, a comparación del pasado, la creación de estas películas es motivada por la aceptación del público.

Pero, ¿acaso una plataforma de películas es un medio de comunicación? Si partimos de la teoría que, si el mandar un mensaje por un canal y código y obtener una respuesta ya forma una línea de comunicación, pues lo es.

Fuera de serlo, cada uno de los usuarios ha recibido algún mensaje personal o masivo en las redes que premia su buen gusto o lo critica.

En “Adolescencia y medios de Comunicación”, indican que el 35.9% de los encuestados (total de encuestados 747) ven televisión entre dos y tres horas al día, el 26.4% ve 15 minutos a una hora, el 19% más de cinco horas y el 14.6 entre cuatro y cinco horas.

La información no solo es transmitida desde la televisión, pero la información adquirida en ella sí es compartida de forma oral con el contexto con el que una persona habita. Zeballos y Murillo indican que el 83.1% de las personas encuestadas señala que comenta con sus familiares los contenidos que sigue en los medios de comunicación. Un 7.8% que nunca lo hace y el 5.8% que siempre lo realiza.

“Comunicación, género y prevención de violencia” indica que conocer y comunicar a través de la perspectiva de género permitirá que la comunicación desde los medios masivos se exprese con enfoques y lenguajes que promuevan la equidad e igualdad entre géneros. “Los medios de comunicación tienen una gran capacidad de influir en nuestra cultura, constituyendo un medio importante para el cambio social. Pueden ayudar a eliminar prejuicios y estereotipos (...) se espera que los comunicadores desarrollen: enfoques sobre periodismo y comunicación para construir equidad, experiencias de periodismo con un enfoque nuevo no sexista e investigaciones que contribuyan a la equidad e igualdad”.

2.5. SENSACIONALISMO

El sensacionalismo es parte de los medios de comunicación. Los comunicadores han olvidado que el objetivo es mantener informada a la población, pero el generar recursos se ha vuelto prioridad. Y ¿cómo hacerlos? Enganchando a sus lectores y televidentes con textos e imágenes sensacionalistas.

Según Erick Torrico, Ex Director del Observatorio de Medios (Fundación UNIR) el sensacionalismo es la pérdida del fondo y la enfatización de la forma de los mensajes.

Caroline Brunstein, redactora de El Clarín de Buenos Aires dice: Es la televisión la que tiene más fuerza y poder. Invade a los hogares, espía la vida de los demás. Esto se ha extendido en los medios en general, incluyendo los periódicos y las revistas, Las tapas de los periódicos suelen titular con temas que tienen que ver con casos policiales o con temas de espectáculo y pocas veces con temas políticos o de fondo.

Carlos Monsiváis, en una entrevista a ENI dijo: “el periodismo tiende a amoldarse a lo que se considera un analfabetismo funcional de los lectores. Es cada vez más raro el periodismo que se entregue plenamente a la creencia de que sus lectores son inteligentes, críticos, racionales y que además saben gozar de la forma literaria”.

Es importante lo que un medio de comunicación transmite, no solo para, en caso de la televisión, el televidente, sino también para todo su contexto social.

2.5.1. SENSACIONALISMO Y VIOLENCIA DE GÉNERO

El sensacionalismo en la información sobre violencia de género también está presente.

Chacón y Miranda indican que pese a haber más conocimientos sobre estos casos, no se les da la debida importancia y la mujer víctima cae, una vez más como sujeto de escándalo: “Las historias de género relatadas a diario en los periódicos muestran que ahora hay apertura en los medios de comunicación para la cobertura de estos casos. Sin embargo, también rebelan lo efímero y superficiales que son sus abordajes.

Comunicación, Género y Prevención de Violencia” refuerza la idea indicando que “la búsqueda de audiencia por encima de consideraciones éticas impide la comprensión del problema. Llamar la atención sobre aspectos dramáticos para

buscar espectacularidad no ayuda a dar al tema de la violencia contra las mujeres la importancia y gravedad que se merece”.

Chacón y Miranda indican que para que exista verdadera investigación sobre una situación de violencia, por ejemplo, se debe entender y explicar las causas, sus mecanismos de funcionamiento y las consecuencias personales y sociales.

La sociedad siempre está en búsqueda de evolución, de desarrollo, de mejora. En la mencionada investigación el 23.8% de encuestados piden a los medios de comunicación informen mejor, 12.6% la mejora de programas, un 12% imparcialidad, un 9.2% solicita renovación, y el resto no pide nada o no sabe qué responder.

Una de las muchas formas para construir una sociedad con igualdad de género es que la misma sociedad reconozca los elementos de esa construcción. Se menciona construir y no reconstruir porque para que haya tal igualdad de género se debe eliminar todo lo construido. Se debe desaprender lo aprendido. Es decir, que conozca las nuevas definiciones, conceptos y comportamientos de la nueva realidad.

Florencia Cremona, licenciada en Comunicación Social indica que a partir de su experiencia una forma óptima de construir género como comunicadora fue siguiendo algunos pasos: “La primera problematización que se propone es situar el tema de género en lo personal. Los primeros comentarios fueron personales y referidos a la distribución del hogar. Después propusimos mirar la comunicación pública y los sentidos sociales que circulan en las políticas de Estado”. “Pensar la comunicación, los sentidos sociales, sus modos de circulación y consumo, y los procesos colectivos de significación desde una perspectiva de género es revolucionar en acto el modo hegemónico de ejercicio de poder. Es incorporar al poder de la disputa el poder del encuentro, no de un encuentro sin conflicto sino un encuentro donde podamos empezar a ver al conflicto y al otro como potencialidad, como suma de fuerzas, y no ya como amenaza. Es un pensamiento

más de abundancia que de restricción, más de estar que de proyectar, más presente que futuro. Y es también una propuesta de revolución”.

2.6. USO DEL LENGUAJE

El uso del lenguaje para el objetivo de que exista una igualdad de género es importante. “El lenguaje no es una asignatura, una instancia académica, solamente, sino, fundamentalmente, el instrumento por excelencia de comunicación de los seres humanos (...) Es responsabilidad especialmente de los medios masivos de comunicación difundir contenidos medianamente aceptables a lo que a lengua y lenguaje se refiere, teniendo en cuenta la inconmensurable influencia que estos ejercen sobre públicos tan amplios y heterogéneos”, indicó Álvaro Cuéllar Vargas, licenciado en Ciencias de la Comunicación Social, El artículo es titulado “Los medios y el lenguaje”, publicado en la Revista Libre Expresión en 2007.

Desde el psicoanálisis el lenguaje es fundamental en la forma que el ser humano tiene de estructurar su realidad. En la página web de la universidad IEXE mencionan: “Para él “el lenguaje le da nombre a lo que vive y da significado a lo que pasa en su interior [...] el sujeto emerge del lenguaje [...] el sujeto es hablado y narrado por el otro” (Canal 22, 2017). En ese sentido, sirva aquella reflexión para afirmar que todo aquello que no podemos nombrar, que es extraño a nuestro vocabulario, es imposible de aprehender”:

En el glosario del libro “Comunicación, Género y Prevención de Violencia” se encuentran, entre muchas, dos definiciones importantes para reconocer a lo que el objetivo de la presente investigación se enfrenta:

Androcentrismo: Colocar en el Centro lo masculino y patriarcal

Sexismo: Creencia en la superioridad del sexo masculino, fundamentada en una serie de mitos.

2.6.1. LENGUAJE SEXISTA:

En “la importancia del lenguaje exclusivo en la lucha contra la desigualdad de género” escrito por Lucía Estevan Reina, investigadora postdoctoral de la Universidad de Granada definen al lenguaje sexista como “el conjunto de prácticas comunicativas (orales y escritas) que ponen de manifiesto a través de la lengua una representación desigual de géneros”.

Menciona además citando a Victoria Sau, que esta discriminación en el lenguaje se aprecia a través de cuatro fenómenos principales: la invisibilización, la exclusión, la subordinación y la desvalorización.

“El lenguaje sexista no sólo es consecuencia de las desigualdades de género existentes, sino que también es causante de ellas, lo que le otorga una enorme potencialidad a la hora de combatir las” escribe Estevan.

Esta autora manifiesta los efectos perjudiciales del lenguaje sexista (comprobado científicamente).

A través del lenguaje se expresan las categorías y jerarquías sociales, que permite que perduren los estereotipos de género. “Las investigaciones realizadas al respecto a nivel internacional han revelado consistentemente que el masculino genérico evoca un sesgo en las representaciones mentales de las personas que leen o escuchan, de manera que ante su uso es más frecuente pensar en hombres que en mujeres”.

2.6.1.1. LENGUAJE SEXISTA ESCRITO



En distintos medios impresos de comunicación vemos lenguaje sexista. A continuación, vemos los mismos y las propuestas de una Organización No Gubernamental Española “Mugarik Gabe” quien hizo una “Guía para una comunicación con equidad de género”:

Lenguaje no inclusivo: Los beneficiarios
Propuesta de Mugarik Gabe: El uso de genéricos reales: “La población beneficiaria”

Lenguaje no inclusivo: La población participó...
Propuesta de Mugarik: El uso de dobles formas, masculino femenino: “las trabajadoras y trabajadores participaron...”

Lenguaje no inclusivo: Los hombres y las mujeres, los niños y niñas...
Propuesta de Mugarik: Alternar: “las mujeres y hombres, los niños y niñas”

Lenguaje no inclusivo: El personal de enfermería
Propuesta de Mugarik: Remarcar género en temas no habituales de los hombres y mujeres: “los enfermeros”

Lenguaje no inclusivo: Los corporativos, el alcalde...
Propuesta de Mugarik: Usar términos metonímicos (figura del lenguaje que

sustituye el masculino genérico por la profesión que desempeñan, el cargo que ocupan, el lugar, etc.): “la corporación, el ayuntamiento”

Lenguaje no inclusivo: Estimado Sr/a Dosal
Propuesta de Mugarik: Personalizar: “Estimada Sra. Dosal”

Lenguaje no inclusivo: Los profesionales del sector
Propuesta de Mugarik: Quitar el artículo y determinante en los sustantivos neutros.

Lenguaje no inclusivo: Entre los empleados que reúnan las características...
Propuesta de Mugarik: Usar pronombres: “Entre quienes reúnan las características...”

Lenguaje no inclusivo: Los trabajadores no pueden fumar
Propuesta de Mugarik: Utilizar formas reflexivas “no se puede fumar”

Lenguaje no inclusivo: El equipo compuesto por Mariano Gonzales y Pepita...
Propuesta de Mugarik: Hacer el mismo trato a hombres y mujeres “El equipo compuesto por Mariano Gonzales y Pepa Jimenez...”

Lenguaje no inclusivo: Sr.
Propuesta de Mugarik: Uso excepcional de las barras y paréntesis. Solo en textos breves no redactados: fichas, formularios, alternando masculino y femenino: “Sr. (a)”

Lucía Estevan habla sobre dos estrategias para un uso más justo del lenguaje: la neutralización y la feminización, o una mezcla de ambas. “la feminización y la neutralización, o una mezcla de ambas. La feminización, consiste en la sustitución de las palabras masculinas por femeninas, o por la inclusión de la forma femenina abreviada tras una barra, un paréntesis o un guion (ej. profesor/a, profesor[a], profesor-a). La neutralización, en cambio, implica sustituir palabras con género marcado (ej. profesor) por otras que no tengan referencias de género o cuyo género sea indefinido o neutro (ej. profesorado). Esta estrategia parece especialmente recomendada para las lenguas con género neutro o sin género, donde es fácil evitar el uso de marcadores de género. Algunos intentos de

neutralización en español son la utilización de la “x” o la “e” en lugar de los marcadores de género”.

Se debe tener presente que el lenguaje inclusivo escrito no solo refiere a regular algunas “reglas” ortográficas, sino también la inclinación de la dirección de lo que se redacta. Ejemplo:

La vicepresidenta destacó por su elegancia a la hora de vestir, reemplazar el tema por uno de mayor importancia y no sexista: “la vicepresidenta destacó por su capacidad negociadora en la reunión.

Alex Grijelmo indica en su artículo “No es sexista la lengua, sino su uso” que la visión androcéntrica también se puede observar cuando el papel de la mujer se subordina en el lenguaje al protagonismo del hombre, incluso, cuando está situada al mismo nivel profesional. Ejemplo: “Brad Pitt llegó acompañado por Angelina Jolie”. Podría decirse al revés, “Angelina Jolie llegó acompañada por Brad Pitt”; pero sería mejor comentar que “Angelina Jolie y Brad Pitt llegaron juntos”. Cuando llegaban juntos, claro.

Las Naciones Unidas proponen estrategias a su personal para emplear lenguaje inclusivo en cuanto al género. Presta atención al idioma español.

“Los principales retos del español para una comunicación inclusiva en cuanto al género son la confusión entre género gramatical, género sociocultural y sexo biológico, el nivel de conocimiento de los recursos que ofrece la propia lengua para hacer un uso inclusivo dentro de la norma y las asociaciones peyorativas que han heredado del sexismo social algunos equivalentes femeninos”.

2.6.1.2. LENGUAJE SEXISTA GRÁFICO:

Pese a que el lenguaje impreso es el más utilizado y explicativo, el lenguaje gráfico es el más llamativo a primera vista, por ello su importancia en las herramientas impresas. Es importante para inclinar al lector a un lenguaje gráfico inclusivo, incluir imágenes no sexistas o que continúen con la forma habitual de representar a los géneros. Por ejemplo, si se presenta oficios, no será necesario

representar a la mujer como la cocinera, si se refiere a un abogado no hacerlo con la imagen de un hombre, etc. Aquello con el fin de no alimentar la imagen de la mujer sin profesión, y al hombre como tal.

El valor debe ser el mismo hacia las mujeres y hombres. Mugarik Gabe, ejemplifica: “aunque por contexto sea importante “premiar” y visibilizar a un hombre que se toma una licencia por paternidad, debemos tener una actitud equilibrada y no hacer que él sea un “héroe” y si ello lo hace podría incluso llegar a invisibilizarse”.

Hay un caso curioso que se ve en redes sociales. El de un servicio de baño público para mujeres y hombres. Las puertas de ambos no tienen el letrero de “varones” o mujeres, sin embargo, tienen pegatinas encima. En el baño de las mujeres ves muchos stickers que dicen “bla, bla, bla, bla” y en el de varones no dice nada. ¿Qué comunica esto? Pese a ser un hecho de comedia aparentemente inofensivo, alimenta los prejuicios de que la mujer solo habla. Es importante, no solo en los medios de comunicación masivos, la eliminación de prejuicios y la alimentación de sucesos fuera de lo normal, de lo apreciado.

2.7. CAMBIOS EN EL LENGUAJE, LENGUAJE INCLUSIVO

En la actualidad muchas escuelas del lenguaje, pese a “respetar la lucha por la igualdad de género” se niegan a incluir estos cambios gramaticales. La Academia Mexicana de la Lengua (AML) recibe con frecuencia consultas sobre “el sexismo en la lengua”, el llamado “lenguaje de género” y la forma en femenino de algunas voces que designan títulos y cargos. Muchas de estas inquietudes están relacionadas con la lucha, sin duda admirable, en favor de los derechos de la mujer. Reconociendo el valor y la importancia de estas inquietudes, la Academia desea presentar las siguientes recomendaciones (...). Sin embargo, en las recomendaciones únicamente leemos normas gramaticales ya establecidas y conocidas que encuentran su forma de no menospreciar al género femenino, sin entender que la causa es para regular los prejuicios no solo del género femenino, sino de todos los géneros.

“Comunicación, Género y Prevención de Violencia” sugiere algunos cambios que podrían surgir en los medios de comunicación en la elaboración de notas informativas: El uso adecuado de imágenes, es decir, evitar, por ejemplo, utilizar el cuerpo de la mujer, eliminar la creación de estereotipos; eliminar el sensacionalismo; encontrar las fuentes adecuadas, dar buenas noticias; al ser la violencia un tema político público y no privado, es importante citarlo en la sección de sociedad, y no en sucesos; tratamientos informativos diferentes, es decir, no contabilizar un caso de violencia, sino individualizarlo como un caso en específico; identificar la figura del agresor; cautela en la identificación de la víctima y cuidado en los adjetivos que vayan a utilizarse. “Utilizar adjetivos como “celoso” o “bebedor” para definir al agresor nos acercan a la exculpación”.

Estevan menciona en su investigación que el lenguaje inclusivo “lleva a que hombres y mujeres sean evaluados como igualmente apropiados/as para un puesto de trabajo”. El presentar las profesiones en masculino y femenino reduce la diferencia entre el número de hombres y mujeres que los niños y niñas asignan a cada una de ellas.

3. CONCLUSIÓN

La comunicación y de forma puntual los medios de comunicación tienen la facilidad de poder encontrarse en todos los espacios de la vida. Ya sea la televisión, la radio, el periódico o las redes sociales tienen, junto con esta facilidad, el deber de informar, bien informar.

Los medios de comunicación tienen el poder de interferir en distintas decisiones de una persona a lo largo de su vida. El tiempo que el ser humano está expuesto a los medios de comunicación extenso es suficiente para asimilar la información y lo que comunican, incluso de forma inconsciente.

Para que los medios de comunicación empiecen a cambiar sus contenidos por algunos de más valor, antes deben de reconocer el poder que tienen en el desarrollo de la sociedad. Será entonces cuando de manera objetiva y consciente,

empiecen a posicionar sus objetivos éticos y morales por sobre los económicos, dejando incluso de subestimar a su público.

A través de los recursos que vean de forma inteligente y conveniente utilizar, pueden cambiar opiniones, eliminar prejuicios, aportar a la mejora de cada uno de los ciudadanos y hacer que ellos vivan en una sociedad más justa, equitativa e igualitaria.

La igualdad de género es un tema fundamental para acabar con las desigualdades de las personas. Al contrario de lo que muchos piensan, trabajar por la equidad de género no solo refiere a hacerlo por las mujeres, sino por cada una de las personas, ya sean hombres o mujeres, personas no binarias, etc. Para lograr la libertad de pensamiento de cada uno de ellos es que el feminismo trabaja.

Los medios de comunicación, los que generan noticias, los que las presentan, los directores de los canales o medios de prensa, todos tienen la tarea conjunta y objetivo principal de mejorar la sociedad ya que está al alcance de sus manos. Es cumplir con su obligación de informar, pero hacerlo de la mejor manera posible.

El mejorar sus técnicas al dar la información, los recursos que utilizan para desarrollarlos, y forma en que la comunican hará posible un progreso en el contenido que los medios masivos de comunicación brindan a la sociedad. Cada uno de los televidentes, lectores, etc. Empezará a interpretar la información de una manera distinta a lo ya conocido, dejando sus prejuicios de lado, empatizando más con el otro ser humano, pensando ya de forma conjunta y no individual ya que el objetivo de las políticas de equidad e igualdad de género es trabajar para todos, no algunos.

Los medios de comunicación deben visibilizar los logros de la mujer en campos no “aceptados”, para empezar a naturalizar estas nuevas fases que perdurarán por el resto de la vida. De la misma forma, visibilizar al varón en oficios en los que las personas no están acostumbrados a verlos. A pesar de que los pasos a simple vista son sencillos, por detrás el comunicador, un medio de comunicación, etc., se

enfrentan a una baja de audiencia porque las personas no estarán cómodas, el cambio genera incomodidad, pero si los canales colegas actuaran de la misma forma, no habría espacio en el que la sociedad no solidaria, machista y no empática pueda refugiarse.

A pesar que aun no existan normas claras que castiguen los hechos de violencia simbólica en nuestro país de manera objetiva, la sociedad cada vez con más empatía sanciona a los medios que actúan irresponsablemente, de forma tajante dejando de ver sus programas, o criticándolos por las redes sociales. La sanción pese a ser moral, es importante.

La apertura gramatical es uno de los pasos que una persona, entidad, canal o medio de comunicación para no solo mostrar su postura respecto al tema de la igualdad de género sino para compartir que estos cambios llegaron para quedarse.

El uso de estos cambios abre un espacio más a la igualdad de derechos humanos, porque visibilizan los sucesos y las situaciones que se están dando la vuelta y de manera inofensiva porque no suceden para causar ningún mal, mas al contrario para que todas las personas tengan un espacio en la sociedad y que su persona no solo exista geográficamente, sino también de pensamiento y ser en sí.

Cada uno de los seres humanos debe ser el cambio que quiere ver en la televisión, si una persona quiere ver cambios, debe dejar de consumir lo ya establecido, debe dejar de compartir contenidos que no aportan y más aun nos empujan a un retroceso.

4. BIBLIOGRAFÍA:

CHACON, Cecilia y MIRANDA, Boris (2016) Pamplinas, Área de Impresión, p. 113-117.

CORPORACIÓN ANDINA DE FOMENTO (2007), Imágenes e imaginarios, Periodismo y periodistas en el Siglo XXI, Arturo Rosales, La Paz, Bolivia.

Valeria Trino Rodríguez
Universidad Mayor de San Andrés
Diplomado en Comunicación Estratégica

CREMONA, Florencia (2010), Maestría de la construcción de género de una comunicadora, Oficios Terrestres, p. 213-217.

CUELLAR, Álvaro, (2007) Libre Expresión 3, Artes Gráficas Sagitario SRL., 68.
Libre Expresión 11 (2012), Fondo Editorial.

UNFPA (2011), Comunicación, género y prevención de violencia, Imprenta Sagitario, La Paz, Bolivia.

ZEBALLOS Clavijo, René y MURILLO Velásquez, Marisol (2013), Adolescencia y Medios de Comunicación, rasgos de su relación en la ciudad de La Paz, impresiones SIRCA, La Paz, Bolivia.

4.1. BIBLIOGRAFÍA ONLINE

ACADÉMICA MEXICANA DE LA LENGUA. Recuperado de:
<https://www.academia.org.mx/espin/respuestas/item/genero-y-lenguaje>

ESTEVAN, Lucía. La importancia del lenguaje inclusivo en la lucha contra la desigualdad de género, Granada, España. Recuperado de:
http://psicosocial.ugr.es/pages/organizacion/igualdad/lenguaje_inclusivo/

GRIJELMO, Alex (2018), No es Sexista la lengua, sino su uso, El País.
Recuperado de: <https://semanariouniversidad.com/suplementos/no-es-sexista-la-lengua-sino-su-uso/>

IEXE, Universidad. Recuperado de <https://www.iexe.edu.mx/iexe>

MUGARIK, Gabe. Guía para una comunicación con equidad de Género.
Recuperado de: <https://www.mugarikgabe.org/es/2010/03/16/icomodicesguia-para-una-comunicacion-con-equidad-de-genero/>

NACIONES UNIDAS, Lenguaje inclusivo en cuanto al género. Recuperado de:
<https://www.un.org/es/gender-inclusive-language/guidelines.shtml>

NACIONES UNIDAS, Lista de verificación para usar el español de forma inclusiva en cuanto al género. Recuperado de: <https://www.un.org/es/gender-inclusive->

Valeria Trino Rodríguez
Universidad Mayor de San Andrés
Diplomado en Comunicación Estratégica

[language/assets/pdf/Lista%20de%20verificaci%C3%B3n%20para%20el%20uso%20del%20espa%C3%B1ol%20inclusivo%20en%20cuanto%20al%20g%C3%A9nero_v2.pdf](#)

PLANNED PARENHOOD, Todo sobre sexo, género e Identidad de género.
Recuperado de: <https://www.plannedparenthood.org/es/temas-de-salud/para-adolescentes/todo-sobre-sexo-genero-e-identidad-de-genero>

ANEXOS

ANEXO 1

