

## Comunicación y Derechos Humanos

### Comunicar sin discriminar, el enfoque de género en la comunicación

Jeanine Zambrano\*

Para las teorías de género es crucial entender cómo los medios trabajan las representaciones de lo masculino y lo femenino, entender qué rol juegan en nuestra vida, cómo nos condicionan, cuáles son las relaciones que se establecen entre ellos y nosotros. Si aceptamos que los medios ordenan la importancia de los eventos, aceptamos también que, en la misma medida en que la mujer ha sido “invisibilizada” a lo largo de la historia, también lo ha sido en la agenda mediática.

#### Contenido

La representación, la lengua y la diferencia de género  
La identidad de género  
Los medios de comunicación  
Perspectiva de género en la lengua  
Derecho a la comunicación  
Alternativas propuestas por la perspectiva de género  
La alternatividad y la perspectiva de género  
Discriminación en la comunicación de los medios  
Propuestas para una comunicación alternativa

#### La representación, la lengua y la diferencia de género

El concepto de realidad ha sido profundamente cuestionado durante las últimas décadas por distintas áreas del pensamiento filosófico y científico. Este cuestionamiento nos ha llevado al consenso de entender la realidad como una construcción social, formada a partir del lenguaje, no sólo de la lengua, sino de todas las formas de lenguaje que los seres humanos hemos creado. Puesto que la realidad no es directamente accesible, es representada por nosotros. El concepto de representación es muy importante porque con él hacemos presente algo que no está. Esa representación se da a partir del lenguaje que hemos construido; para poder existir y nombrar a la realidad, constantemente la representamos con dibujos, gráficos, palabras,

fotografías, gestos, acciones... En ese mundo de representaciones es donde empiezan a darse los problemas de conocimiento de la realidad, porque esas representaciones son sólo nuestras interpretaciones de lo que nos rodea. Ese mundo de representaciones es investigado por las teorías de comunicación actuales para entender qué pasa en las diferentes culturas, cómo construyen éstas su interpretación de la realidad. De todas las formas de representación que existen, ninguna es más poderosa y contundente que la lengua. La palabra nos constituye como seres humanos. El momento en que podemos decir “yo soy”, empieza a existir el sujeto. Si la lengua nos constituye, si somos lengua, somos hombres y mujeres dentro de un marco lingüístico. Lo que la lengua nos da como herencia es lo que somos como seres humanos. Todas las personas tenemos que hacer “encajar”

lenguajes “arcaicos”, creados milenios atrás, con realidades cambiantes y muy distintas a las que existían cuando dichos lenguajes se crearon.

Siglos de distancia nos separan de cada lengua que existe en el mundo. Allí se genera un conflicto entre la lengua como condición del ser y la comunicación y las realidades sociales del presente. Por eso, no podemos creer que las lenguas puedan permanecer estáticas e inmutables, fuera de los cambios sociales.

Pero esta transformación es conflictiva desde muchos puntos de vista. Primero, es mucho más lenta la transformación lingüística que la transformación social. Segundo, las lenguas tienen códigos y leyes, como las gramáticas (que nos dicen qué está correcto y que no), y para defender sus códigos y leyes tienen que reglamentar e, inclusive, oponerse a estos cambios. En tercer lugar, otro obstáculo somos los propios seres humanos que, como nacemos heredando una lengua arcaica, muchas veces nos oponemos a que ésta se transforme.

Todas estas circunstancias hacen que la relación entre la lengua y la realidad, la lengua y los cambios sociales sea muy problemática para los usuarios. Por ello se crean serios debates en el campo de la comunicación. Entre éstos, un debate central es el tema del género. En este sentido, uno de los puntos importantes que se ha estudiado es cómo la diferencia sexual entre hombres y mujeres se ha construido y ha permeado a través de la lengua.

Hombres y mujeres somos biológicamente diferentes, es la diferencia sexual. Antropológicamente, esta diferencia se fue afianzando y se encarnó en una división de los roles de trabajo, que a lo largo de la historia ha sido valorada de manera distinta. El trabajo que se hace en la casa no tiene el mismo valor social que el trabajo que se hace fuera. Este último recibe reconocimiento social y recompensa económica, mientras que el otro no. Por lo tanto, el problema en lo que se refiere a la relación histórica de la diferencia sexual entre hombres y mujeres radica en la jerarquía entre los sexos y la distinta valoración de sus roles asignados.

Todo esto ha creado una serie de condiciones y situaciones desiguales, identificadas desde las teorías de género como sexismo.

### **La identidad de género**

Otro aspecto estudiado y debatido por las teorías de género es el tema de la identidad. Las

personas no venimos al mundo libremente, a decidir cómo queremos vivir y quiénes queremos ser. La identidad de género viene predeterminada por una serie de roles sociales creados históricamente, los roles de género. Allí radica uno de los mayores problemas de la construcción de identidades. Problema en la medida en que no todos los seres humanos estamos en capacidad de sujetarnos a esa visión tan rígida.

El tema de las identidades de género crea conflictos en muchas culturas. Los seres humanos somos mucho más diversos y más amplios de lo que esas identidades prefijadas nos asignan. Ahora bien, en la medida en que ésta es una construcción cultural, se puede cambiar. Es más, en ciertas culturas nórdico-europeas los roles de hombre y mujer se están resignificando. Por ejemplo, la relación del hombre con la familia y el cuidado de los hijos ha cambiado radicalmente en esas sociedades.

La historia nos ha enseñado que los roles de género no son roles estáticos. Lo que ocurre es que en las diferentes culturas esos ajustes se producen a distintas velocidades. Uno de los factores que condicionan estos cambios es el mundo de las representaciones de género. Y es aquí donde intervienen los medios de comunicación, los mayores difusores y propagadores de las representaciones que una sociedad hace de sí misma.

### **Los medios de comunicación**

Es crucial para las teorías de género entender cómo los medios están trabajando las representaciones de lo masculino y lo femenino, entender qué rol juegan los medios en nuestra vida, cómo nos condicionan, cuáles son las relaciones que se establecen entre ellos y nosotros. Esta pregunta es clave en la investigación sobre comunicación.

A lo largo de la historia, esta pregunta ha sido formulada de distintas maneras. En el período de entreguerras mundiales, cuando los medios comenzaron a cobrar cada vez más poder, la pregunta era: qué efectos tienen sobre nosotros. Se percibía entonces a los medios como un reflejo de la realidad y de los intereses dominantes. Los receptores eran vistos como una masa pasiva y homogénea, totalmente permeable a la influencia mediática.

Después fueron surgiendo otras hipótesis. Ya no se veía a los receptores como sujetos que enfrentan a los todopoderosos medios de manera

pasiva. Se empezó a hablar de los medios como agentes socializadores. La familia es el principal agente socializador y los medios, en esta nueva visión, pasan a competir con la familia y con la escuela en el proceso de socialización del ser humano, en el proceso de enseñarnos a pensar, a convivir y todo lo que significa vivir en sociedad. En esta segunda etapa, los medios fueron duramente cuestionados porque se descubrió el papel crucial que juegan en nuestras vidas, nos estaban formando no sólo en cuanto a conocimientos sino también respecto de la subjetividad. Nos daban modelos de cómo convivir, de cómo imaginar, de cómo sentir.

Ahora, en una tercera etapa, se concibe a los medios no sólo como los agentes socializadores sino como los que construyen la representación de la realidad. Son los medios los que ordenan los eventos y sucesos que ocurren en la sociedad, al sistematizarlos separan cuáles son los importantes y cuáles no. Funcionan a partir de paradigmas existentes sobre el ordenamiento de eventos históricos. En esa medida, los medios nos están interpretando la realidad en que vivimos, nos están construyendo gran parte de esa realidad. Decir que los medios construyen la realidad tiene serias consecuencias epistemológicas, culturales y políticas.

Si aceptamos que los medios ordenan cuáles son los eventos importantes y cuáles no, aceptamos también que, en la medida en que la mujer ha sido "invisibilizada" a lo largo de la historia, así también lo ha sido en la agenda mediática. Es decir, han sido ignoradas cuando se recuentan o analizan los eventos históricos.

Por otro lado, puesto que los medios se alimentan de paradigmas y estereotipos, la realidad "mediatizada" que construimos a través de ellos es estereotipada, en cuanto a las clases sociales, las culturas, las razas y, por supuesto, los géneros. Así, por ejemplo, se mantiene el paradigma de que los roles de género son "naturales". Y este paradigma subsiste a pesar de las transformaciones ideológicas y tecnológicas que se han dado en las últimas décadas.

Es preciso entonces, cuestionar la realidad construida por los medios y reformularla desde muchas perspectivas, entre ellas, la perspectiva de género.

### **Perspectiva de género en la lengua**

Una propuesta de género implica una nueva aproximación a la lengua y esta es quizá la más

difícil de todas las propuestas, porque la lengua la heredamos, las estructuras lingüísticas las tomamos y usamos, y porque cada lengua tiene su propia historia. Según los últimos estudios, el árabe y el español serían los idiomas más machistas del mundo, y el finlandés el menos machista de todos.

En el caso del español, uno de los mayores problemas es la invisibilización de las mujeres por el uso del masculino plural como genérico de un colectivo (los hombres, los niños, los maestros). Si leemos en una noticia "médicos ecuatorianos estuvieron en una convención en New York" nunca sabremos cuántos de esos médicos eran mujeres y en nuestra representación mental los asumiremos como hombres.

Las consecuencias sociales de esta "masculinización" lingüística son amplias y complejas. Por ejemplo, se ha descubierto que en los países de habla hispana tendemos a confiar más en profesionales hombres que en mujeres. Hay mucha gente que dice que prefiere que le atienda un médico hombre o un dentista hombre y no una mujer.

La propuesta de cambiar el uso de la lengua sería de no invisibilizar a las mujeres en este genérico masculino plural. No hablar del hombre como genérico de humanidad, de los niños como genérico de niños y niñas, no hablar del ciudadano como genérico de ciudadanos y ciudadanas. Tratar con un esfuerzo conciente de cambiar este esquema.

A pesar de que los cambios son lentos y no globales, algunas cosas han cambiando en las lenguas en lo que respecta al género. Hay muchos ejemplos de lo que está sucediendo con el idioma español. Hace veinte años no existía la palabra ministra, ingeniera, médica, jueza, embajadora. Con la palabra embajadora se designaba a la esposa del embajador, nadie concebía que pudiese ser una mujer que desempeñase esta función. La UNESCO tuvo que hacer una propuesta para que el español incluyese estos términos y, básicamente, la idea es feminizar las profesiones. Y fue una respuesta a la llegada de las mujeres a estos puestos profesionales.

En último lugar, este cambio en la perspectiva de la lengua implica desnaturalizar los roles. Para poder hablar de hombres y mujeres debemos dejar de concebir a la mujer dentro de roles estereotipados. Para esto, se propone una estrategia mental muy sencilla: la ley de inversión. Cuando veamos una noticia, un

reportaje sobre una mujer, imaginemos que esa mujer es un hombre y comprobemos si todo lo que se dice ahí se lo diría también de un hombre. Si eso no funciona es porque hay una inclusión del rol prefijado de lo “femenino”, una filtración del estereotipo en esa noticia, en esa cobertura o en esa imagen. Eso funciona.

Hice esa prueba con una noticia de prensa sobre una esmeraldeña joven que ganó hace poco una competencia de ciclismo y encontré que la nota estaba plagada de estereotipos. Decían que con su esfuerzo había logrado este triunfo y que su papá le había ayudado. Decían que también era buena hermana, buena hija, que cuidaba a sus hermanitos. Y eso está bien. Pero, al comparar esta nota con otra, del mismo diario, sobre un chico que había ganado una carrera de atletismo ¿por qué de él no dicen que es buen hermano ni buen hijo? Sobre él sólo hablaban de sus capacidades físicas y habilidades atléticas.

Para concluir, les voy a contar de otra investigación que se hizo en el Programa de Género de la Universidad de Sevilla. Se hizo un monitoreo de los programas informativos de televisión durante cinco años, de 1991 a 1996, para analizar los adjetivos con que se valoraba a la mujer. Los resultados son impresionantes y confirman lo que se ha dicho durante esta charla.

Dice el estudio que la visión de la mujer que proyectan estos programas tiene fuerte anclaje en los estereotipos de rasgo y de rol que se manejan en la sociedad. Por un lado, se atribuyen a las mujeres cualidades positivas como el tener que ser amable, buena, solidaria, profunda, justa o femenina. Sin embargo, se desvaloriza que se sienta deprimida, desamparada, sola, triste, seria, orgullosa o fría.

En un reportaje donde se narraba la historia de una mujer empresaria sólo se señalaron dos adjetivos: sola y triste. Sin embargo, no se le adjudicaron adjetivos como fuerte, enérgica, inteligente, ambiciosa.

Otro estereotipo reflejado en esta investigación fue la importancia del cuerpo y la apariencia externa de las mujeres. En concreto, se valora positivamente el ser joven, delgada, guapa y no está bien visto que una mujer sea gorda, fea, vieja, etc.

No es una cuestión de quejarse de que las cosas no están bien en relación con el género y los medios. Este es un problema serio que va mucho más allá de las capacidades periodísticas y profesionales de los comunicadores. Que tiene que ver con su formación personal, con otros

instrumentos tan difíciles como la lengua, que lo permea y trastoca todo.

### **Derecho a la comunicación**

Por tanto, la tarea de las personas que defendemos el derecho a la comunicación es muy compleja y vasta. Además es necesario aceptar que el derecho a la comunicación no puede ser visto sólo desde el punto de vista de los comunicadores, como hasta ahora se ha querido entender, sino también desde el punto de vista de los receptores, que tenemos derecho a estar bien representados, bien nombrados, igualitaria y justamente. Por lo tanto el derecho de las mayorías marginadas y de las minorías oprimidas es parte del derecho a la comunicación.

En este sentido, uno de los problemas claves radica en los intereses del mercado, intereses que no necesariamente van por lo que sea más justo, igualitario o mejor para las mayorías. Por ejemplo, en relación a las identidades de género, los mayores estereotipos nacen de los medios. La publicidad, los programas de TV populares y el cine comercial son los espacios donde mayores y más peligrosos estereotipos se promueven. Hay estudios que comprueban la existencia de una relación muy fuerte entre la construcción de la subjetividad, las expectativas personales, la autoimagen de hombres y mujeres con los mensajes que los medios envían constantemente. Y hay esfuerzos por tratar de cambiar eso.

Por ejemplo, en el campo del cine, el cine independiente trata de poner en pantalla a hombres y mujeres comunes, no los “adonis” y las modelos perfectas del cine comercial. La idea es hacernos ver que no todos entran en esas categorías y que nuestro imaginario puede alimentarse con modelos muchos más cercanos a la realidad. Los brasileños, por ejemplo, son expertos en ese cine, que trata de promover alternativas de imagen para hombres y mujeres.

Lamentablemente, estos esfuerzos siguen siendo muy minoritarios en relación al mercado global y a las ganancias generadas a partir de estos estereotipos fijados, que se sabe que gustan, que se han hecho gustar y que dan dinero.

### **Alternativas propuestas por la perspectiva de género**

La perspectiva de género ha permeado muchos ámbitos del quehacer académico,

comunicacional, económico y social. Ha traspasado el ámbito de las universidades y de los medios de comunicación para convertirse en una herramienta de trabajo en todos los campos: en la empresa, en la vida cotidiana y, como siempre, en las reivindicaciones sociales.

¿Qué significa estudiar el mundo o asumir un conocimiento desde esta perspectiva? Son cuatro elementos importantes:

1. Significa identificar la distinta valoración que recibimos hombres y mujeres en una sociedad.
2. Significa desmitificar la naturaleza de los roles prefijados, la creencia de que los roles y modos de ser en hombres y mujeres son naturales e inamovibles.
3. Significa analizar e investigar la cultura y sus producciones. Esto implica estudiarlo todo desde esta nueva mirada, porque todo lo que hacemos es cultura, desde la física y la medicina hasta los productos políticos y sociales.
4. Implica proponer formas alternativas de identidades de género, que es la parte más compleja, difícil e hipotética de estas acciones.

Esto es lo que una perspectiva de género implica en cualquier área del conocimiento. En el campo de los medios de comunicación, la perspectiva de género ha tenido mucho material para analizar e investigar, puesto que los medios son una arena de conflicto muy fuerte entre la lógica del mercado y la lógica de los valores humanos. En esa tensión –fuera de los problemas de representación, de lengua, de haber heredado paradigmas injustos–, la lógica de mercado convierte a los medios en un terreno muy fértil para promover estereotipos y desigualdades.

Por esta razón, muchos organismos internacionales han tratado de cambiar la forma como los medios conciben la comunicación respecto a hombres y mujeres. Un ejemplo son las conferencias realizadas por las Naciones Unidas. La Cuarta Conferencia Mundial de Naciones Unidas sobre la Mujer, (Beijing, 1995), planteó en el documento final: “comprometer a la comunidad internacional a tomar medidas para que los medios cambien la imagen estereotipada de las mujeres por imágenes equilibradas de la diversidad de las mujeres y sus construcciones, incrementando así su participación en la toma de decisiones a todos los niveles”.

En la medida en que los medios estereotipan a las mujeres, en esa misma medida contribuyen a su desigual participación en la sociedad. Por lo tanto hay que incidir, alterar, desmitificar, no solamente la representación de las mujeres que hacen los medios, sino también cómo estas mujeres, a partir de eso, participan o no, o participan en menor medida, en las redes de las sociedades civiles y políticas.

### **La alternatividad y la perspectiva de género**

Este punto de vista nos lleva al concepto de alternatividad, que surge en los sesenta en medio de los movimientos universales de reivindicación de los derechos de las minorías, con la idea de promover visiones del mundo distintas a las hegemónicas.

Así, a la par que surgía en el campo de las mujeres el enfoque de género, también surgía la necesidad de estudiar y cambiar el paradigma de la educación. En los sesentas se dan nuevas formas de entender la educación a partir de lo que se llamó la educación alternativa. Una educación que no trataba de crear seres memoristas y repetitivos, que no concebía roles jerárquicos entre educando y educador, sino que trataba de formar un ser humano mucho más amplio y participativo. Lo alternativo también surge en el campo de la medicina donde, por primera vez, Occidente pone su interés en las medicinas alternativas de Oriente que, hasta ese momento no habían sido tomadas en cuenta desde el punto de vista científico.

Todo esto crea movimientos fecundos para que la forma de trabajar dentro de la comunicación cambie. En el campo de la perspectiva de género, empiezan a surgir publicaciones de mujeres que tratan de promover una forma alternativa de ver el mundo. Hasta los años sesenta, temas como la sexualidad, el maltrato, el aborto, no se tocaban en las publicaciones serias, sólo en las amarillistas. Tuvieron que llegar grupos de mujeres para cambiar eso, e incluir en la agenda éstos temas en la agenda de lo “importante”. Allí aparecen publicaciones de folletos, periódicos alternativos y programas radiales de mujeres con esta nueva óptica.

Estas nuevas “comunicadoras” buscaban promover una visión de los problemas domésticos desde una óptica social. Para entender que lo que ocurre en la casa tiene una relación con la sociedad y, por ende, la misma importancia. Para abrir un espacio de discusión a estas mujeres

invisibilizadas; y tomar en cuenta la situación de las obreras, las indígenas, las niñas. Surge también un interés particular en tratar sobre eventos o sucesos que tengan que ver con discriminación, violencia contra las mujeres en el trabajo, en la calle, en la familia, en la legislación. Estos son los temas que hasta antes de esa época sólo la prensa amarillista podía tocar. El maltrato conyugal, por ejemplo.

Estas publicaciones y programas radiales fueron generándose no solamente en los países del norte. En América Latina, en los setenta, empieza a haber, en todos los países incluido el nuestro, una serie de comunicaciones alternativas de mujeres que no eran comunicadoras y no eran periodistas, pero que se veían en la necesidad de usar los medios de comunicación para poder cambiar la agenda de temas y enfoques de los mismos.

Mientras en la parte académica crecían los estudios de género, en el campo del activismo y la reivindicación social crecían estas publicaciones. A partir de los años ochenta, ambas corrientes se unen: por un lado, las estudiosas y los estudiosos del género entran a producir mensajes alternativos, y es allí cuando estas publicaciones alternativas llegan a tener más trasfondo científico y académico; por otra parte, en América Latina, algunos periodistas hombres y mujeres, sensibilizados ante las problemáticas de las mujeres, empiezan a ejercer su profesión desde esta nueva óptica.

Hoy en día, después de esta evolución, ya no nos llama la atención que un periódico trate un tema como el abuso o el aborto, que lo haga una revista seria o un informativo de televisión. Estamos en una sociedad donde, aparentemente, todos los discursos son bienvenidos, donde se trata de hacer cada vez más participativa una aparente comunicación democrática. Estamos ante una situación en la cual muchas personas dicen: pero de qué se quejan las mujeres, si aparecen en los diarios, si están en las listas políticas. Entonces, ¿cuál es el problema?

### **Discriminación en la comunicación de los medios**

Ya no son las condiciones de los años 50 o 60, pero el problema sigue existiendo, en muchos casos por las siguientes razones:

- Por la concepción, *per se*, de lo que se concibe como noticia y la jerarquización que

existe dentro del campo del periodismo, y de los medios de comunicación en general, entre los distintos sucesos de la realidad social.

- Porque todos los sucesos que tienen que ver con lo público (lo político, las luchas sociales, la empresa y las relaciones internacionales) se consideran dentro de la agenda que los medios de comunicación manejan como *hard news*, es decir, lo importante. Este es un término que se lo inventaron los norteamericanos y que está en la base de la agenda de los medios de comunicación occidentales. Lo ocurre con las mujeres y sus esferas de lo privado, de lo familiar, lo personal y la relación entre los miembros de la familia, no es lo primordial, son *soft news*.

Hace dos años un grupo de investigadoras en cuatro países de América Latina (Argentina, Chile, Paraguay y Uruguay) realizaron un monitoreo simultáneo de medios escritos, radiales y televisivos con una sola pregunta: ¿qué espacio ocupaban los temas relacionados con mujeres? Encontraron que las notas referidas a mujeres estaban asignadas a las segundas secciones, que tenían muy poca cobertura dentro del medio y que esta situación era más grave en la prensa escrita y menos grave en la radio que, desde siempre, parece ser un medio más activo en lo concerniente a reivindicaciones de las minorías. Por cada titular donde se refería o vinculaba la situación a una mujer, había 29 titulares donde las mujeres no aparecían.

Hace dos semanas, yo tomé las publicaciones de todos los periódicos principales de Guayaquil y Quito, de lunes a viernes, para revisar cuánto se cubría de temas de mujeres, o relacionados con el mundo de lo privado, o de situaciones donde las mujeres aparecían. Encontré que difícilmente había algún artículo donde el tema político, económico, de educación, de salud, los paros, se enfocara desde el punto de vista de qué pasa con las mujeres. Es decir, los medios consideran que las noticias que tienen que ver con lo que nosotras hacemos son *soft*, no son importantes y no requieren de primeras planas ni de primeras secciones.

En el estudio realizado en los cuatro países latinoamericanos al que me referí anteriormente, también se determinó que cuando aparecían fotografías de mujeres en los diarios, no había una relación entre lo que la fotografía mostraba y lo que la noticia decía; en el caso de los hombres sí. Los artículos sobre las mujeres muchas veces

no tenían fotografías y, cuando las tenían, por lo general recurrían a estereotipos y visiones restringidas de las mujeres.

También encontraron que cuando las mujeres eran tomadas en cuenta, la mayoría de las veces era en relación a lo que hacían respecto a los hombres. Ellas no eran protagonistas sino acompañantes. Por tanto se repetían los estereotipos de las madres y las esposas.

En último término también se repetía el estereotipo de las mujeres vinculadas al espectáculo, la moda, los romances dentro de los parámetros, de los roles de género y estas construcciones artificiales que hemos tratado anteriormente.

Por lo tanto, en la arena de los medios la situación de las mujeres se sigue dando de manera conflictiva. Muchas cosas habría que cambiar.

#### **Propuestas para una comunicación alternativa**

El consenso, dentro de la perspectiva de género, de lo que se propone como una comunicación alternativa implica lo siguiente:

1. Hay que reconocer el terreno. Hacer lo que las investigadoras del género están haciendo y han hecho en las últimas décadas: realizar un monitoreo de todos los medios posibles para determinar cómo se trata el tema de las mujeres, qué lugar ocupa, qué perspectivas enfocan estos temas en estos medios. Si no conocemos qué terreno pisamos no podemos proponer cambios a ese terreno. Hay que investigar.
2. Hay que re-educarse en el uso de la lengua, no sólo para tomar conciencia de las estructuras y elementos sexistas presentes en la misma, sino también para, sistemáticamente, corregir esas estructuras en nuestro uso cotidiano y en nuestro quehacer público y profesional.
3. Cambiar los paradigmas periodísticos a partir de los cuales se construye la noticia. Esto significa cambiar el concepto de noticia. El que hemos heredado es un concepto nefasto y cuestionable. Los

paradigmas de qué es noticia, usados en el mundo entero, se centran en: eventos del mundo público y político, sucesos con carácter de tragedia o que transgreden el orden establecido. Solo eso es noticia, si el suceso pertenece al mundo de lo privado pero no involucra una transgresión o violencia, ya no es noticia. Si continuamos trabajando con ese concepto de noticia, éste va a mantener la discriminación de la realidad de las mujeres y va a perpetuar la situación que vivimos. Debemos cambiar el concepto de noticia e incluir allí el mundo de lo privado, el espacio de lo familiar.

4. Debe cambiarse la estructura de los medios como tales, eliminar la diferencia entre *hard news* y *soft news*. Crear otra forma de jerarquizar los sucesos y, por tanto, cambiar el diseño de los periódicos, de los programas de televisión, de los noticieros. Ya no estarían en primera sección solo los hechos que hoy vemos y en segunda sección los otros.
5. La comunicación alternativa de género nos propone una nueva visión de la realidad, una nueva mirada. Esto significa ver desde otro ángulo las cosas, empezar a entender que los temas de la violencia, de la salud, de la familia, merecen un tratamiento más profundo, más vinculado con lo social y lo político de lo que hasta ahora se ha visto. Significa también, y éste es quizás el aspecto más revolucionario y difícil de alcanzar, desnaturalizar los roles de género, no asumir como propio y exclusivo de las mujeres el cuidado del hogar y de los hijos, entender que las identidades de género pueden ser muy variadas y flexibles y no deben limitarse, por tanto, a lo masculino y lo femenino concebidos como estereotipos. Significa entonces asumir una nueva concepción de "hombre y mujer". Enorme reto histórico. Uno de los mayores retos históricos que tenemos como tarea.

Guayaquil, agosto 21 de 2002

*\* **Jeanine Zambrano.** Profesora de la Universidad Casa Grande; máster en artes aplicadas, producción de cine; máster en arte, lenguas modernas; especializaciones: estudios de género, estudios de cine, semiótica. Conferencia dictada en el Curso abierto Derecho a la Comunicación, realizado en Guayaquil del 19 al 23 de agosto de 2002, organizado por el Programa Andino de Derechos Humanos, Fundación el Universo y Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.*