



DOCUMENTOS DE
INVESTIGACIÓN
UNIVERSIDAD DE SAN ISIDRO

ISSN 2796-809X

Año II
FEBRERO
2022

NÚMERO 2

Constanza Barbato

**EL EJERCICIO ÉTICO DEL
PERIODISMO CON
PERSPECTIVA DE GÉNERO.
UN CAMINO HACIA UNA
PRÁCTICA PROFESIONAL
NO SEXISTA**

EQUIPO DE TRABAJO

Director

Pablo Bulcourf

Consejo Editorial

Enrique Del Percio

Jerónimo Biderman Núñez

Laura Ochoa

Constanza Barbato

Marcos Mutuverría

María Victoria Zarabozo

Héctor Luis Trillo

El contenido de los artículos no refleja la opinión editorial de Documentos de Investigación ni de la Universidad de San Isidro. Por lo tanto, los editores no son responsables de las formas de expresión y usos del lenguaje que utilizan los autores, aunque el Consejo Editorial recomienda atenerse a la normativa del idioma castellano o del portugués, cuando así corresponda.

Documentos de investigación es una publicación de la Universidad de San Isidro "Dr. Plácido Marín".

Dirección: Av. Del Libertador 17.175, Béccar, San Isidro, Provincia de Buenos Aires, Argentina | Código Postal: 1642 | Teléfono: 4732-3030

Correo electrónico: documentosdeinvestigacion@usi.edu.ar

ISSN 2796-809X



El ejercicio ético del periodismo con perspectiva de género. Un camino hacia una práctica profesional no sexista

Constanza Barbato

ORCID 0000-0002-4639-6878

barbato@usi.edu.ar

Constanza Barbato es Magíster en Educación, Lenguajes y Medios por la Universidad de San Martín (UNSAM). Licenciada y Profesora de Ciencias de la Comunicación Social por la Universidad de Buenos Aires (UBA). Es decana de la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales de la Universidad de San Isidro (USI) en donde, además, es profesora de las materias Comunicación Institucional y Retórica y Oratoria. A su vez, es investigadora designada en la USI en las áreas de Comunicación, Educación y Género.

El ejercicio ético del periodismo con perspectiva de género. Un camino hacia una práctica profesional no sexista¹

Constanza Barbato

Resumen

Los medios de comunicación tienen una importancia central en la configuración de los sentidos que circulan socialmente, puesto que son formadores de opinión, legitiman valores imperantes en la sociedad, instalan temas e interpelan la realidad. Estos pueden, o bien perpetuar condiciones de desigualdad, o bien, a partir de un ejercicio profesional vinculado a los principios éticos de la actividad, favorecer la construcción de significados que reduzcan la asimetría social. Para lograr esto último, con foco en la desigualdad de género, diferentes organismos, colectivos sociales y agrupaciones profesionales han desarrollado un criterio de jerarquización, categorización y ordenamiento en el análisis de la información que circula en los medios de comunicación. Esta propuesta se realizó con el objetivo de lograr una perspectiva que conlleve a la reflexión respecto de cuál es el rol de las mujeres en las construcciones de los medios, cuestionarlo y desnaturalizarlo para poder contribuir a una propuesta más igualitaria. Será objeto de este trabajo recorrer cuáles son los principales consensos en relación al tratamiento de la información con perspectiva de género propuesto por tres agrupaciones, de modo de realizar un aporte aplicado al campo de la comunicación social y, en especial, a la práctica profesional del periodismo.

Palabras clave.

Género – periodismo -ética – igualdad - medios de comunicación

¹ El presente documento constituye un avance de resultados del proyecto de investigación “La deontología periodística ante el tratamiento mediático de colectivos vulnerables”, dirigido por Jerónimo Biderman Núñez y que integran los investigadores Constanza Barbato y Marcos Mutuverría. El proyecto forma parte del Programa Prioritario de Investigación “La ética y la deontología profesional en la Argentina del siglo veintiuno”, de la Universidad de San Isidro.

Abstract

The media have a key role in shaping the ideas that circulate in society, since they are opinion makers, legitimize prevailing values in society, set the agenda and challenge reality. These can either perpetuate conditions of inequality, or, based on a professional practice linked to the ethical principles of the activity, favor the construction of meanings that reduce social asymmetry. To achieve the latter, and focusing on gender inequality, different organizations, and social and professional groups have developed a criterion of hierarchization, categorization and order in the analysis of the information circulating in the media. This proposal was made to develop a perspective that leads to reflecting on the role of women in the constructions of the media, by questioning and denaturing it in order to contribute to a more egalitarian position. The object of this work will be to explore the main consensuses on the treatment of information with a gender perspective proposed by three groups, in order to contribute to the field of social communication and, especially, of professional journalism.

Keywords.

Gender – journalism – ethics – equality - media.

Introducción

Los medios de comunicación poseen una destacada relevancia en la construcción de los valores culturales de la sociedad ya que representan y transmiten elementos propios de la organización social asignando roles y funciones. Son parte de la cultura, ya que, como señala el antropólogo mexicano Giménez (2000), proponen símbolos objetivados bajo la forma de prácticas y rituales y, a su vez, construyen formas simbólicas que los sujetos interiorizan como estructuras mentales. Asimismo, son elementos socializadores de los sujetos desde temprana edad, y aportan una gran parte de la información con la que construimos la imagen de la realidad. A su vez, los medios elaboran modelos de interpretación y es en esa construcción que colaboran a naturalizar estereotipos sociales. En este sentido, los medios no asumen un rol ingenuo respecto de la interpretación de los acontecimientos sociales, sino que contribuyen a legitimar discursos que se instalan como hegemónicos, invisibilizando en este movimiento, relaciones de desigualdad entre géneros. En palabras de Meuli:

Los medios de comunicación no ocupan un rol accesorio en la asimilación de los acontecimientos sociales, sino que se constituyen activos, influyentes y marcan la agenda social. (2017, p. 474)

En esta imagen del mundo que los medios construyen, las representaciones de género donde se muestra la idea de lo femenino y lo masculino, refuerzan categorías respecto de lo que es socialmente aceptado como idea de femineidad y masculinidad focalizando en los elementos que son parte de estas identidades. Estas representaciones estereotipadas en relación a lo aceptado culturalmente respecto de lo que es ser mujer y ser hombre, entendiendo a estas categorías como únicas dos alternativas aceptables, delimitan subjetividades moldeadas a partir de estas estructuras y al mismo tiempo, son prescriptivas, puesto que configuran una previsibilidad de comportamiento para ambos. Así, resulta esencial comprender la idea de realidad mediática como constructora de sentidos, tal como lo desarrolló María Lamuedra (2012).

A partir de lo dicho, podemos reconocer que los medios tienen una destacada importancia en la construcción de la imagen de la mujer, por tal motivo consideramos que trabajar la información desde una perspectiva de género, colaborará a abordar la configuración de los discursos sociales sin vulnerar derechos y respetando a los

colectivos sociales que históricamente resultaron más desfavorecidos.

Bajo este contexto, los periodistas conllevan un rol fundamental ya que la forma en que comunican las noticias es determinante para orientar la mirada sobre la realidad. Se trata, en definitiva, de una práctica que tiene estrecha relación con la deontología de la profesión periodística. Es decir, con el conjunto de principios fundamentales que dan sentido a la actividad del periodismo profesional. A partir de los trabajos de Biderman Núñez (2019, 2020, 2021a y 2021b), a los valores tradicionales de la profesión (veracidad, contrastación de las fuentes, secreto profesión, distinción de hechos y opiniones, derecho a réplica y rectificación, etc.), el periodismo ha ido incorporando un conjunto de nuevos principios éticos, entre los que se encuentran la defensa de la diversidad, la perspectiva integral de género y el rechazo contra toda forma de violencia contra la mujer (2021b, p. 13-14). Así, el modo de abordaje de la noticia representa una posibilidad para visibilizar aquellas operaciones que se encuentran ocultas y que tienen como foco la mujer, buscando igualdad en el tratamiento de temas vinculados con ellas. Es necesario entonces, plantear algunas preguntas para comenzar a desnaturalizar el rol la mujer en los medios y comprender la importancia de la función del periodismo en torno al mismo: ¿cómo son vistas las mujeres en los medios de comunicación? ¿quiénes escriben sobre la condición social de las mujeres?, ¿quién habla de las mujeres?, ¿qué roles ocupan en los medios? Estas y otras preguntas más buscarán ser respondidas en el presente trabajo que se propone realizar un aporte al campo de la comunicación social, en especial a la práctica periodística ética y con perspectiva de género. Para ello, se recorrerán las principales recomendaciones de aquellos colectivos que aportan un criterio explícito para un ordenamiento no sexista de la información, brindando respuesta a las principales preguntas que atraviesan el campo a partir de los estudios realizados por organizaciones destacadas en el área.

Género, medios y cultura

El concepto de género resulta central para la construcción de las relaciones sociales puesto que, es a partir del mismo que se estructuran los vínculos que establecemos y desde los cuales se determinan roles, funciones y conductas esperables entre otras cosas. Al momento de pensar en la noción de género, es fundamental reconocerla como una construcción social que implica, según la antropóloga Marta Lamas, un conjunto de

creencias, prescripciones y atribuciones que se asignan a las personas partiendo de la diferencia sexual como base (2007). Las diferencias anatómicas y biológicas presentes en ambos sexos, son simbolizadas de diferentes formas según cada sociedad y cada momento histórico. Tal como señala la autora, esta simbolización cultural de la diferenciación anatómica es lo que hoy se denomina género. Esta diferencia cobra forma en un conjunto de ideas, discursos, prácticas y representaciones sociales que condicionan e influyen el accionar de las personas tanto objetiva como subjetivamente, según su sexo.

A partir de esta conceptualización, sabemos que cada sociedad tiene su clasificación respecto de lo que es propio de mujer y qué de hombre y, tal como señala Lamas, a partir de esas ideas culturales se establecen cuáles son las obligaciones y posibilidades sociales respecto de cada sexo. El sentido que reviste la noción de género se construye a partir de una relación dinámica entre la cultura en la cual nacemos que ya cuenta con creencias y valoraciones respecto de lo que es de hombre y qué es de mujer, y por el otro, la percepción individual elaborada a partir de los esquemas individuales.

Las estructuras objetivas y las subjetivas integran una relación de mutua definición y no existe unas sin la otra. En este sentido, es pertinente preguntarse cuál es la relación que tienen los medios con la noción de género, así como a las prácticas y saberes que de ellos emanan. Sabemos por Sandra Chaheer (2006), que los medios forman parte del tejido cultural en el cual estamos insertos y se hacen eco de esas “ideas culturales” que son particulares de cada sexo y, a partir de las representaciones que construyen, son capaces de reforzar o debilitar las prohibiciones culturales y simbólicas que de ellas emanan.

Este poder simbólico implica que los medios legitiman las relaciones sociales y políticas vigentes, incluyendo las desigualdades que las relaciones se materializan. Tal como señala Pérez Guardo, son una fuerte herramienta socializadora que contribuye a la construcción de representaciones sociales, visiones estereotipadas, rechazo o aceptación de valores y generación de prejuicios (2010).

El limitado acceso de las mujeres a los medios y la escasa participación en la expresión de sus ideas, son muestras de estructuras sociales que enmarcan a los medios. Para pensar la relación de género con los medios, es necesario preguntarse cuáles son las

funciones de la mujer en el ordenamiento social, con qué temáticas deben vincularse, qué conductas son las esperables, dentro de qué áreas pueden desarrollarse profesionalmente, qué tipo de vínculo deben tener con su cuerpo entre otras. Estas y otras cuestiones más respecto de las prescripciones y creencias que determinan la noción de género que se dan, especialmente, al interior de los medios, las desarrollaremos en el siguiente apartado.

Desigualdad de género en medios

Con vistas a un abordaje preciso de esta problemática, es importante acudir a cifras que nos permitan reconocer la magnitud real del hecho. Para ello, el informe de GMMP 2015², con foco en Latinoamérica, aporta datos que son contundentes y evidencian claramente el escenario de desigualdad de género dentro de los medios de la región. Según este informe, en 2015 las mujeres constituyeron únicamente el 29% de las personas sobre las cuales se leyó, vio o escuchó en la prensa escrita y los noticieros de la televisión o la radio. Cabe destacar que hace 20 años ese número era del 16%, lo cual indica una reducción en la brecha. Cuando analizamos las temáticas abordadas por las mujeres en los medios, nos encontramos con que el 35% son tópicos vinculados a salud y ciencia, esta brecha se amplía con temas vinculados a política y gobierno, donde las mujeres representan un 16%. Vale mencionar que, ese número es tres puntos porcentuales inferior en relación a 2010, lo que indicaría una tendencia en baja, es decir que las mujeres cada vez tienen menos participación en temas de gobierno y política. Esta asignación, refuerza por un lado el imaginario social que considera que los temas propios de las mujeres refieren a la salud y ciencia, representando la función de cuidado y protección y por el otro, si miramos específicamente las temáticas en torno a economía y gobierno, los números consolidan así a los hombres como los principales encargados de temáticas estructurales y de gestión de la sociedad.

Ahora bien, cuando se habla de las mujeres en los medios, es decir cuando son sujetos de la noticia ¿con qué temáticas se las vincula? Según el informe, los tres temas destacados en los cuales las mujeres aparecen son: “Concursos de belleza, modelos, moda, cirugía estética”, “Relaciones familiares, conflictos inter-generacionales, padres”, “Control de

² Proyecto de Monitoreo Global de Medios. Se relevaron 144 países en relación a la distribución desigual del poder en los medios.

natalidad, fertilidad, esterilización, terminación del embarazo”. A partir de estos datos podemos reconocer cómo las temáticas vinculadas al universo de lo estético, maternidad y cuidado doméstico son los tres grandes ejes que articulan las problemáticas que culturalmente le son asignadas a las mujeres y, de esta manera, se refuerzan estereotipos, se asignan funciones y se prescriben comportamientos y conductas a las mujeres.

Por otra parte, si nos detenemos a analizar la presencia de reporteras y presentadoras en los medios de América Latina, podemos reconocer que en promedio la diferencia es no es tan amplia, un 44% son mujeres e incluso en el rango etario de 19 a 34 años superan levemente el porcentaje por 52%. Sin embargo, si nos detenemos a ver el rango de 50 a 64 años, la presencia de reporteras se reduce al 29%, para casi desaparecer pasados los 65 años. Este desglose, nos permite reconocer que, si bien las mujeres en promedio tienen una participación relativamente pareja, ellas son valoradas e incluidas en tanto su condición de jóvenes y conforme el tiempo avanza, los medios prescinden de su participación y es allí donde los hombres obtienen casi el total de los puestos de reporteros y presentadores. Todo indica que ser adulto mayor, no resulta un impedimento en los hombres para consolidarse como presentadores en los medios.

Por otro lado, dentro de los medios, es fundamental conocer los números respecto de cómo están conformadas las estructuras de gestión y administración para reconocer cómo las mujeres se encuentran representadas en dicho ámbito. Para esto, el reporte global publicado por IWWMF aporta datos significativos³. Según este trabajo, en los niveles de gestión bajos, medios y altos, la brecha de género es baja. Los porcentajes oscilan entre 40 y 46 por ciento, dependiendo del cargo ocupado. Ahora bien, si miramos los cargos de gobierno y de altos cargos gerenciales, es decir aquellos que deciden y diseñan las políticas de gestión que se llevan adelante en las empresas y definen el rumbo de las mismas, los números aportan resultados marcadamente desiguales. En relación a los altos cargos gerenciales, las mujeres representan el 32% y en las posiciones de gobierno en empresas de medios, las mujeres solo ocupan un 21%. Asimismo, en funciones vinculadas a producción técnica de los medios -diseño, fotografía, ilustración- y demás, las mujeres sólo participan en un 22%.

³ Disponible en: <https://drive.google.com/drive/u/1/my-drive>

A partir de la información presentada podemos reconocer que resulta necesario revisar, por un lado, la práctica periodística —ya sea en relación a los tópicos trabajados además de los roles asignados— así como también el ordenamiento estructural de los medios y sus funciones, para reducir la brecha de género y aportar entonces, una visión que promueva la igualdad de género en todas las áreas y funciones. En este trabajo, sin desconocer las desigualdades jerárquicas y de funciones en torno al género que se sostienen al interior de las compañías de medios, haremos foco en el ejercicio periodístico reconociendo a los profesionales como formadores de discursos.

Frente a la contundencia de los datos presentados, es fundamental entonces destacar el importante rol social y la influencia que ejercen las y los profesionales de la comunicación desde todas las áreas en la cultural, y proponer así, la necesidad de llevar adelante un ejercicio crítico de la práctica de la mano de un periodismo con perspectiva de género.

La perspectiva de género en la gestión de la información

A partir de lo trabajado hasta ahora, es oportuno reconocer la necesidad de repensar el ejercicio integral del periodismo y las estructuras de los medios desde un enfoque de género. Bajo superficie, nuevamente, nos aparece la ética de la profesión y la necesidad de que los periodistas profesionales, y por lo tanto, los medios de comunicación, otorguen la relevancia que conlleva la utilización del lenguaje. Es que

[...] conscientes de que el lenguaje es una potente herramienta de generación de ideas y percepciones acerca de la realidad, los periodistas profesionales deben contribuir a la edificación y a la utilización de un lenguaje plural e igualitario... (Biderman Núñez, 2021b, p.23)

En el mismo sentido, Wolton (1992) afirma que

Al “informar”, el periodista contribuye a construir la “forma” y la representación de la realidad, y así es como asume su responsabilidad profesional. La información nunca es la réplica de lo real, sino una interpretación, una elección”. (pp. 77-78)

Ahora bien: cuando nos referimos a perspectiva o enfoque de género, ¿de qué estamos hablando? Esta conceptualización ha sido trabajada desde varias disciplinas que

conlleven múltiples formas de abordarla y, es por eso, que ha sido definida de modos diversos. Lo que resulta coincidente es que se trata siempre de desnaturalizar el orden cultural hegemónico, así como los lugares y funciones fijadas a partir del género asignado a cada persona. Según la definición utilizada por la Guía Para Periodistas de UNICEF (2017), esta señala que

[...] la perspectiva de género es una mirada necesaria para contextualizar y entender la información que producimos y cómo la generamos, pero también cobra relevancia ya que es una herramienta que puede colaborar a revertir relaciones de opresión históricamente ocultas.

Pero es, sobre todo, una posición política que permite reconocer operaciones de desigualdad y subordinación, así como también facilita identificar los modos en que se construyen y piensan las identidades sexuales para denunciar al mismo tiempo, un modelo de heterosexualidad normativa y obligatoria que excluye.

Tradicionalmente las mujeres estaban socializadas para ocupar espacios privados, es decir el mundo doméstico en contraposición a los hombres quienes habitaban mayormente espacios públicos. Como vimos en el reporte trabajado anteriormente, este escenario, desde hace algunos años, comenzó a reconfigurarse, pero tal cambio no llegó a ser lo suficientemente equilibrado como para plantear una relación de igualdad, y esto se puede observar especialmente en el ámbito vinculado al tratamiento de la información. Allí, los lugares de fuerte decisión política y de poder no son ocupados por mujeres, sino más bien éstas adoptan un papel secundario. Aun así, hemos visto que con el paso de los años y a partir de la lucha de las mujeres, estas se han ido incorporando a los escenarios públicos, incrementando y diversificando su aparición en los medios “pero todavía está lejos el día de que estén presentes, en términos de paridad”.

Un claro ejemplo de esta desigualdad se refleja en el caso de las coberturas deportivas, los deportes parecen ser solo de interés masculino y los temas vinculados a la infancia y el hogar de interés exclusivo de las mujeres. De este modo, los medios se convierten en instrumentos que sostienen la asignación de roles basados en estereotipos culturales haciendo hincapié en la división sexual de las tareas contribuyendo a la jerarquización social que se da entre géneros.

Por todo esto consideramos de vital importancia que se pueda enfocar el tratamiento de la información, así como la estructuración del sistema de medios, a partir de la perspectiva de género. De esta manera, será posible visibilizar situaciones de la realidad que encarnan desigualdad, ejercicio de poder, subordinación, estigmatización y lograr, entonces, aportar una mirada más democrática e igualitaria. Se trata entonces, de trabajar las noticias con este enfoque para responder a los principios básicos de periodismo de calidad con responsabilidad social para construir una propuesta que, entre sus horizontes, proclame la consolidación de un orden más justo.

Recomendaciones de las redes profesionales

Luego de haber trabajado en la vinculación de los medios de comunicación y las sociedades actuales y, reconociendo la necesidad del abordaje de las noticias desde una mirada que tienda a la igualdad de género; distintas redes, colectivos de profesionales y organismos internacionales, desarrollaron diversas herramientas específicas para orientar la formación de los periodistas en relación a la construcción de una realidad más equitativa e igualitaria. Con este fin, han sido publicados diversos decálogos y manuales que brindan pautas sobre cómo tratar adecuadamente las noticias relativas a temas de género. Comprendemos que el universo de acceso a las distintas dimensiones para el abordaje de estas noticias es múltiple, por eso en este caso, focalizaremos en violencia de género como temática específica. Entendemos que esa problemática particular, es una buena forma de cristalizar la desigualdad de género en el tratamiento de las noticias.

Nos ocuparemos entonces de analizar cinco consensos encontrados en tres documentos propuestos por diversas entidades. El criterio de selección de las mismas se basó en analizar materiales que provengan de organizaciones que representen intereses diversos, evitando de esta forma, circunscribir el trabajo hacia entidades cuyo origen sea la búsqueda de la igualdad, predominantemente de la mujer bajo una ética feminista, sino más bien organizaciones que persigan la igualdad de derechos en todas sus dimensiones.

En primer lugar, analizaremos la propuesta de PAR (Periodistas de Argentina en Red), un colectivo conformado por más de 130 periodistas que persiguen el desarrollo de un

periodismo no sexista. Dicha red se inició en el 2006 durante el primer encuentro de Periodistas con Visión de Género, a partir del cual se instituyó el vínculo entre “pares” tendiente a promover el periodismo con enfoque de género. Hoy, es un referente mundial consultado por diferentes periodistas como una red alternativa de noticias especializada en problemáticas de género.

Por otra parte, nos basaremos en el documento generado por el organismo nacional autárquico que creó la entonces llamada Ley de Servicios de comunicación Audiovisual: la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual. Este organismo, desarrolló una guía para el tratamiento responsable tanto en televisión como en radios, en caso de violencia contra las mujeres. Allí mismo, se presentan una serie de recomendaciones, las cuales están acompañadas con ejemplos respecto del tratamiento periodístico adecuado de la problemática.

Cómo último material, trabajaremos con un Manual periodístico desarrollado por Amnistía Internacional, llamado *Noticias que salvan vidas*. El mismo está orientado a favorecer la sensibilización y comprensión del fenómeno estructural de la violencia de género, para que cualquiera que forme parte del sistema de medios, pueda gestionar la información de una manera comprometida que tienda erradicar estos hechos.

Luego de haber analizado los tres documentos y de establecer comparaciones entre las herramientas y sugerencias que plantean, establecimos que los acuerdos encontrados se resumen en cinco puntos:

- 1) **Contextualizar:** Los tres documentos acuerdan en la necesidad de trabajar las noticias de violencia de género, no como un hecho aislado, sino abordarlo como una problemática social compleja donde se establezca un análisis amplio con bases en lo político, lo económico y lo social entre otras cosas, de manera tal que dé cuenta que esas agresiones atentan contra los derechos humanos. El objetivo es ir más allá del hecho particular y favorecer una visión abarcativa y transversal que dé cuenta de la problemática en general y construya una mirada que identifique al hecho como un atentado a la dignidad humana. La contextualización se transforma, así, es un valor decisivo para la veracidad de la información:

Se falta a la veracidad cuando determinados elementos de una noticia [...] son utilizados fuera de su contexto para relacionarlos con otros episodios y darles así un sentido distinto al que tenían originalmente. (Suárez Villegas, 2014, p.12)

- 2) **Fuentes:** La necesidad de remitir siempre a fuentes oficiales, está presente en los tres documentos. Estas, como en cualquier cobertura periodística, deben ser variadas para poder enriquecer la nota y deben estar siempre chequeadas. Es la única forma de garantizar noticias de calidad. A su vez, lo aconsejable es recurrir a fuentes profesionales/técnicas, que permitan verificar la veracidad de los datos y ampliar la información con datos comprobados. Asimismo, es deseable que puedan ser consultadas todas las leyes y códigos tanto nacionales como internacionales con fuentes judiciales que permitan facilitar argumentación legal que ampara los reclamos del hecho. Las fuentes de información, por lo tanto, son herramientas esenciales para una comunicación de calidad:

[...] las fuentes en el periodismo son algo más que un mero recurso que utiliza el periodista para la realización de su trabajo. Su profesionalidad está en juego y, por eso, la selección y uso de las fuentes son claves en la función original del periodismo que está llamado a ese servicio a la sociedad cuyo fundamento se encuentra en el servicio a la verdad. (Martínez Fresneda, 2010, p. 253)

- 3) **Lenguaje:** Este es un punto fundamental para la construcción de las noticias. El lenguaje que se implemente debe ser cuidadosamente utilizado, para evitar usos sexistas que refuercen estigmas a través de la palabra. Al mismo tiempo, la forma en que se nombran los hechos es crucial para garantizar el respeto a los derechos de las víctimas. Por ejemplo; hay consenso respecto de dejar decir que las mujeres *mueren* y sustituir esta expresión por la idea de que son *asesinadas*. Asimismo, tanto PAR como Amnistía acuerdan en recomendar que los términos para denominar los hechos deben ser “violencia machista”, “violencia de género” y “violencia machista”. Por otra parte, los tres documentos coinciden en no hacer hincapié en detalles escabrosos que solo tiendan a construir un relato espectacularizado que desvíe el eje de la noticia. Asimismo, el uso de lenguaje en diminutivo, apócopes, así como adjetivos para la víctima debe ser evitado ya que resulta ofensivo.

- 4) **Imágenes y música:** Las principales recomendaciones están orientadas a cuidar la dignidad y la identidad de la víctima. En principio, cualquier imagen utilizada por los medios debe contar con la autorización de la víctima. De no tenerla, se debe evitar recurrir al banco de imágenes solo para ilustrar el relato que se lleva adelante. Tanto las imágenes, como la música utilizada deben evitar la espectacularización de la noticia. Todos acuerdan en que, de utilizar música, esta debe ser seleccionada con recaudo para evitar construir un relato que represente “terror” y haga perder el eje del reclamo. Asimismo, la identidad de la víctima debe ser resguardada y no exponerla empleando imágenes que de alguna forma ayuden abonar figuras estereotipadas que solo sirven para desvalorizar a la víctima.
- 5) **Información de ayuda:** A partir de la visibilización de la violencia de género y del correcto abordaje de los hechos que permita a mujeres reconocerse en el relato de las víctimas, hay un consenso indiscutido- y que además es una obligación legal- que indica que siempre que se mencione la violencia de género, al mismo tiempo debe ser provista información sobre lugares donde las mujeres pueden recurrir en caso que necesiten ayuda. Principalmente la información que se suministra es de líneas telefónicas de ayuda, pero también sería deseable que se faciliten datos de organismos, dependencias especializadas, profesionales de distintas áreas y todos aquellos que puedan asistir y colaborar para mejorar la situación de vulnerabilidad de la víctima. Asimismo, Amnistía propone mostrar informes que den cuenta de la vulnerabilidad de las mujeres para que de esta forma se contextualice con datos de la realidad el fenómeno.

Estos fueron los cinco puntos que, luego de realizar el análisis comparativo, encontramos coincidentes entre los tres documentos y que creemos su consolidación es capaz de representar un instrumento que permita acompañar al profesional en su práctica y minimizar los riesgos de vulneración de derechos en el tratamiento de las noticias. No obstante, nos interesa mencionar un punto que, si bien no es consenso de los tres documentos ya que solo está presente en el material de Amnistía, consideramos que sería adecuado aplicarlo puesto que su ejercicio colaboraría a una transformación de la práctica periodística hacia un abordaje integral con perspectiva de género. Nos referimos a la capacitación de todas las personas que integran el sistema de medios, en

derechos humanos y puntualmente en perspectiva de género. De esta manera, se podría garantizar que este enfoque no recaiga exclusivamente en quien escribe o relata la noticia, sino que implicaría a quienes trabajen en los medios buscando que este enfoque se construya de manera colectiva. Esta última propuesta, nos parece un gran aporte para mejorar la calidad y la ética profesional en las noticias. Vale decir, que esta recomendación es planteada por varias organizaciones que consideran a este punto fundamental para la transformación hacia un sistema más igualitario, pero que no fueron analizadas aquí.

Conclusión

Como hemos visto a lo largo del presente documento, los medios de comunicación son un elemento cultural que ocupa un rol fundamental en el proceso de socialización de las personas. Como dice Suárez Villegas (2014), “los discursos periodísticos gozan de un amplio alcance entre la sociedad, configurando incluso la agenda de temas que son debatidos en la opinión pública” (p. 5). Los medios y los periodistas son centrales en la generación y reproducción de estereotipos de género lo cual conlleva un ordenamiento social y cultural que enmarca todas las relaciones. A través de los datos que arrojan informes realizados por organizaciones internacionales destinadas a monitorear el tratamiento de las noticias en cuestiones de género, hemos encontrado que la desigualdad de género existe en dos sentidos, tanto para el tratamiento de las noticias como en el esquema estructural de las empresas de medios.

Las mujeres están mínimamente presentes en la toma de decisiones, sus voces están casi ausentes en los medios y, los espacios que se le permiten abordar, giran en torno a una distribución sexista de los roles que solo colabora a invisibilizar sus aportes en áreas que son espacios dominados por los hombres. Al mismo tiempo, recorriendo herramientas elaboradas por diversas entidades, pudimos confirmar que la desigualdad de género es una preocupación común que atañe a distintas organizaciones y que los datos respaldan la necesidad de accionar para comenzar a revertirla.

Ante esta situación de indiscutida desigualdad de género, consideramos que la integración de la perspectiva de género a la práctica periodística, es un elemento que, como mínimo, colabora con desnaturalizar situaciones que persisten desde hace años y

que recaen en inequidad para muchos colectivos sociales. Asimismo, sabemos que para lograr una transformación estructural, estos enfoques deben ser acompañados desde diversas esferas de la sociedad. No obstante, creemos que hacer un cambio en un espacio tan sensible del tejido cultural como son los medios de comunicación, es capaz de generar conciencia de la problemática de una manera más amplia y abarcativa.

Es por esto que, luego de analizar las propuestas de tres entidades diferentes constituidas con objetivos diversos, desarrollamos cinco puntos que creemos son ineludibles al momento de trabajar una noticia relacionada con violencia de género. Identificar que estos cinco puntos están presentes en las noticias, es una forma de garantizar la búsqueda de la igualdad de género.

Para cerrar, esperamos que este avance del proyecto de investigación “La deontología periodística ante el tratamiento mediático de colectivos vulnerables” opere como impulso de un espacio de debate y problematización sobre la función formativa y performativa que tienen los medios de comunicación en relación a las actuales demandas sociales, en especial aquellas que involucran a la construcción de género y permita al mismo tiempo, reflexionar respecto de las desigualdades vigentes en los medios, no como un espacio aislado, sino como un elemento parte de un sistema más complejo elaborado a partir de esta desigualdad estructural.

Bibliografía

- Amnistía Internacional. (2009). Noticias que salvan vidas. Manual periodístico para el abordaje de violencia contra la mujer. Recuperado de https://amnistia.org.ar/wp-content/uploads/delightful-downloads/2018/09/Amnistia_Internacional_manualviolenciacontramujeres-1.pdf
- Aznar, H. (2003). El periodismo como profesión: la contribución de la ética y los códigos deontológicos. En C. Barrera, M. García y F. Martínez (eds.): La comunicación: industria, conocimiento, profesión (pp.41-59). Madrid: Edipo.
- Aznar, H. (2010). Por una teoría normativa de la comunicación: ¿más derecho, más política, más ética? *Dilemata*, N° 3, pp. 77-94.
- Biderman Núñez, J. (2019). *Una propuesta de código deontológico periodístico para la Argentina*. Barcelona: UAB.
- Biderman Núñez, J. (2020). El periodismo argentino en debate: ¿oficio o profesión? *Poliedro*, N° 1, pp. 42-51.
- Biderman Núñez, J. (Ed.) (2021a). *Periodismo y crisis de credibilidad*. Buenos Aires: Poliedro.
- Biderman Núñez, J. (2021b). *Medios, periodismo y procesos de desinformación*. Buenos Aires: FOPEA Ed.
- Chaher, S. (2007). *Las palabras tienen sexo. Introducción al periodismo con perspectiva de género*. Buenos Aires. Artemisa.
- Defensoría del Público. (2015). Recomendaciones para el abordaje mediático de la violencia sexual. Recuperado de defensadelpublico.gob.ar/recomendaciones-para-el-abordaje-mediatico-responsable-de-la-violencia-sexual/
- Defensoría del Público (2016). Tratamiento de la violencia de género en la radio y la televisión. Recuperado el 3 de noviembre de 2018 de http://defensadelpublico.gob.ar/wp-content/uploads/2016/08/tratamiento_de_la_violencia_de_genero_en_la_radio_y_la_television_-_preguntas_frecuentes.pdf
- D'Elío, F., Sotelo, J., Santamaría, C. y Recchi, J. (2016). Guía básica sobre diversidad sexual. Buenos Aires: Ministerio de Salud de la Nación de la República Argentina. Recuperado el 25 de febrero de 2019 de

http://www.msal.gov.ar/images/stories/bes/graficos/0000000322cnt-2016-07_guia-diversidad-sexual-2016.pdf

Fainsod, P. y González del Cerro, C. (2019) "Sexualidades y Géneros". Módulo 1: Enfoques en torno a las sexualidades y a la educación sexual. Diplomatura de Extensión en Educación Sexual Integral. Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires.

Giménez, G. (2007). *Estudio sobre la cultura y las identidades sociales*. Guadalajara, México.

Giménez, G. (2000). Identidades en la globalización. *Espiral*. vol II, 19, 27-48.

GMMP (2015). El proyecto de monitoreo Global de Medios. Recuperado de <http://whomakesthenews.org/gmmp/gmmp-reports/gmmp-2015-reports>

Lamas, M., (2007). *El género es cultura*. Campo Iberoamericano de Cooperación Cultural.

Lamuedra, M. (2012). Percepción de la realidad mediática y deontología periodística: hacia un periodismo participativo acorde con una Democracia Deliberativa. *Observatorio Journal*, Vol. 6, N° 1, pp. 183-209.

Martínez Fresneda, H. (2010). La fiabilidad en la misión del informador. *Comunicación y Hombre*, N° 6, pp. 248-255.

Meuli, N., (2017). Hacia un periodismo con perspectiva de género. Análisis sobre la violencia de género y femicidio. *Question*, 1, 55, 472-489

Pérez Guardo, S., (2008). El género en los medios de comunicación: la imagen de mujeres y hombres en la prensa y en los informativos de la televisión: planteamiento de la investigación. *Congreso Internacional de Comunicación y Género*. Libro de Actas: 5, 6 y 7 de marzo de 2012. Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla. / coord. por Juan-Carlos Suárez-Villegas, Irene Liberia Vayá, Belén Zurbano-Berenguer, 2012, 972-987.

PAR. (2008) Periodistas de Argentina en Red, para una comunicación no Sexista. *Decálogo para el tratamiento periodístico de la violencia contra mujeres*.

Ramonet, I. (2001). *La golosina visual. ¿Estamos manipulados por la comunicación?* Barcelona: Debolsillo.

Segato, Rita Laura. (2004). Antropología y Derechos Humanos: alteridad y ética en el movimiento de los derechos universales. En *Série Antropología* 356.

Suárez Villegas, J. C. (2014) Cuestiones deontológicas acerca de la veracidad informativa. *Razón y Palabra*, N° 87.

Suárez Villegas, C. (2015). Nuevas tecnologías y deontología periodística: comparación entre medios tradicionales y nativos digitales. *El profesional de la información*, N° 24 (4), pp. 390-395.

Suárez Villegas, C. y Álvarez, J.C. (2016). Los dilemas deontológicos del uso de las redes sociales como fuentes de información. Análisis de la opinión de los periodistas de tres países. *Revista Latina de Comunicación Social*, N° 71, pp. 66-84.

UNICEF (2017). Comunicación, infancia y adolescencia. Guías para periodistas. Recuperado de <https://www.unicef.org/argentina/informes/comunicaci%C3%B3n-infancia-y-adolescencia-gu%C3%ADa-para-periodistas>

Wolton, D. (1992). *War Game. La información y la Guerra*. México: Siglo XXI.

DOCUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

ISSN 2796-809X

Documentos de Investigación es una publicación científica periódica de la Universidad de San Isidro que expresa los temas y problemáticas que son desarrollados, fundamentalmente, a través de sus Programas y Proyectos de Investigación. Los mismos son elaborados por investigadores y expertos que integran estos espacios como así también por otros especialistas vinculados a éstos.

Los Programas y Proyectos de Investigación desarrollados desde la Secretaría de Investigación cuentan con un proceso de evaluación y seguimiento integrado por pares expertos externos y de la propia institución. Estos documentos a su vez son mandados a evaluar individualmente de manera anónima, previa aceptación por parte del Consejo Editorial de la publicación quien es el responsable de su aprobación definitiva.

Las ideas expresadas por los autores son de carácter personal y no comprometen la visión de la institución y sus autoridades.

Las normas de publicación pueden consultarse en: usi.edu.ar

Todo material, crítica, comentario y sugerencia debe enviarse a: documentosdeinvestigacion@usi.edu.ar

DOCUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

ISSN 2796-809X

1. **Bulcourf, Pablo.** Algunas reflexiones sobre la investigación científica y sus desafíos.
2. **Barbato, Constanza.** El ejercicio ético del periodismo con perspectiva de género. Un camino hacia una práctica profesional no sexista.