

IV SEMINARIO INTERNACIONAL DE LENGUA Y PERIODISMO

«Mujer y lenguaje en el periodismo en español»

CONCLUSIONES

San Millán de la Cogolla (España), 6, 7 y 8 de mayo del 2009

Durante los tres días que duró el Seminario, los expertos reunidos en el monasterio de San Millán de la Cogolla defendieron diferentes posturas. Estas

son las conclusiones más destacadas, extraídas de las intervenciones de los profesionales participantes.



Mesa inaugural del IV Seminario Internacional de Lengua y Periodismo. Foto: Agencia Efe, Raquel Manzanares.

- El ejercicio del periodismo exige una responsabilidad social y cultural a la hora de elaborar las informaciones, pues las decisiones lingüísticas que se adopten desde las redacciones de los medios de comunicación repercuten directamente sobre quienes usan el lenguaje. Sin embargo, en ocasiones se teme forzar el uso de determinadas voces para que empiecen a ser utilizadas, ya que estas se pueden convertir en ruido informativo y deformar el mensaje.
- Los cambios tienen que producirse de una forma natural y sin que sean forzados. A medida que cambia la conciencia social y se consiguen avances en el terreno de la igualdad, dichos cambios deben generarse del mismo modo en la lengua, lo que responde a la función representativa del lenguaje como vehículo para referirse a la realidad. Esta es la forma para que los usos no discriminatorios vayan siendo asumidos por la sociedad de manera natural.

- Sobre el asunto de cómo suceden y se asumen los cambios, se pueden encontrar dos puntos de vista. Hay quienes afirman que el periodismo, como la realidad, cambia y se adapta. El lenguaje forma parte, por tanto, de la realidad. Contenido y forma son un todo. Cuando la forma designa algo tiene el poder de que su contenido se fortalezca. Otras posiciones defienden la idea de que el lenguaje no cambia la realidad, sino que la realidad cambia el lenguaje.
- Existen diferentes visiones sobre cómo se usa el lenguaje en los medios de comunicación, especialmente en el tratamiento que se hace de la información sobre las mujeres y la que se dirige a ellas. Por un lado, la visión periodística defiende el hecho de que ciertas formas de presentar la información son necesarias para llamar la atención de la audiencia y darle fuerza a la noticia. En este sentido, algunas personas reconocen que en ocasiones estos usos pueden resultar discriminatorios, pero que siempre estarán sujetos a la forma de interpretar. Por otro lado, la visión lingüística afirma que hay maneras de tratar la información que pueden evitar el sexismo y que, por ello, es necesario que los medios las utilicen para que el público las asuma.
- No hay que olvidar que el lenguaje puede usarse como trampa para encubrir una visión machista. Se debe diferenciar, por tanto, entre lenguaje sexista, discurso sexista y visión sexista. La imagen que se da de la mujer tiene que acompañar al lenguaje que se utiliza para referirse a ella e intentar salir de los estereotipos existentes en la actualidad.
- Es necesario romper el círculo vicioso en el que a veces se encuentra la lengua. En muchas ocasiones, los hablantes no utilizan ciertos términos por no estar aceptados o extendidos, lo que al mismo tiempo provoca que no logren convertirse en norma. En este sentido, los medios de comunicación pueden trabajar no solo para difundir la información, sino para extender los usos lingüísticos más correctos. Ahí reside una de sus responsabilidades con el lenguaje.
- Son importantes los avances conseguidos por las mujeres en el terreno laboral. Si bien es cierto que en el periodismo actual las mujeres forman parte cada vez más activa de las redacciones, no ocurre lo mismo en los puestos directivos. La conquista de estos espacios permitiría dar un nuevo enfoque lingüístico al tratamiento de ciertos temas informativos en los que no haya discriminación.
- No se puede afirmar que exista un lenguaje femenino y otro masculino, pero sí es posible hablar de discursos distintos. Se encuentran géneros periodísticos que son abordados de diferente forma (como la columna de opinión), dependiendo de si quien firma es hombre o mujer. En muchos casos lo que influye o marca el contenido en la forma de expresarse es el tipo de público o audiencia al que se dirige la información. También influyen los estereotipos, que pueden afectar al lenguaje que se usa en el periodismo.



La periodista Monserrat Domínguez durante la conferencia inaugural. Foto: Agencia Efe, Raquel Manzanares.

- Los cambios son necesarios no solo en los medios generalistas, sino en aquellos dirigidos específicamente a hombres y mujeres por separado. A pesar de tener un alcance menor que los generalistas, contribuyen con su lenguaje a perpetuar los estereotipos que han llevado a la discriminación. De poco sirve analizar y mejorar el discurso de los medios si, por otro lado, otros medios con destinatarios específicos mantienen formas lingüísticas excluyentes y acentúan las diferencias entre hombres y mujeres.
- La adecuación de la lengua a la realidad de las mujeres es posible e inevitable, ya que se ha producido un gran cambio en las últimas décadas que permite que esto suceda.
- Son admisibles las nuevas formas que se introducen en la lengua siempre que no atenten contra las leyes de la gramática. Asimismo, hay unanimidad en que es fundamental que los

diccionarios y las gramáticas incorporen esos cambios que se han producido en la sociedad.

- Lo importante es la calidad de la información, que no es una cuestión que dependa de la identidad de género. El objetivo del periodismo es informar, y para que esto se haga correctamente hay que atender a la no discriminación. Lo fundamental es que la comunicación no falle y la información llegue al colectivo de modo preciso.