



UNIVERSIDAD DE HOLGUÍN

Facultad de Ciencias Sociales

TRABAJO DE DIPLOMA
en opción al título de
LICENCIADA EN PERIODISMO

*Título: Análisis del discurso periodístico del telediario Al Día desde la
Perspectiva de Género*

Autora: Daimy Peña Guillén

Tutora: Msc. Karina Escalona Peña

Holguín 2012

DEDICATORIA

A MAMI, gracias a ti SOY

A MI MAMITA, mi luz y guía

A MIMY

A LAS MUJERES, la fragilidad llega con la fortaleza

AGRADECIMIENTOS

Mami: por enseñarme que los sueños no están tan lejos, por impulsarme a ser artista, de alguna forma lo soy y te lo debo, gracias

A mi mamá: porque nunca te importó cómo siempre me apoyaste y cuidaste mis pasos para no caer. Por ser mi luz y guía

Papi: como te agradezco tus regaños, me forjaron el carácter y me dieron un papá grande que compartí con mis primos.

A mi papá: porque sé que me quieres mucho, me lo dicen tus ojos cuando dices “mi hija la periodista”, aunque no tengas más

A Tía mía: por regañarme, defenderme y no dejar de cuidarme nunca, porque siempre serás mi tía mía, cuando sea grande quiero parecerme a ti

A Yayita: por parecerte tanto a mí, por cuidarme, entenderme y discrepar, te quiero, ya me quitaste el puesto, aunque yo sea la más chiquita

A las dos por no ser mis tías sino mis madres

Yordi: me acompañaste todos los años de escuela, me abandonaste al final, pero no importa, siempre serás mi médico preferido, mi hermano

Landi: desde chiquito me defendiste de los golpes, hoy eres grande, pero no dejarás de ser mi hermanito, aun cuando no te gusta darme besos

A Tíogri: por ser mi gran tío, por guiarme y darme luz aun sin palabras, sabes que te respeto y te quiero mucho, no obstante seguirás luchando conmigo siempre

A mi familia toda, por creer en mí

Tía Made: hice tuya mi casa y me volví tu sobrina por mandamiento

A mis vecinos, que no solo me alimentan, sino que hicieron suya esta tesis.

Yaimi y Fide, sin ustedes no tendría muestra, gracias por grabar todos mis programas

A Yusi, por poner en mis manos las llaves de tu casa y tu computadora

A mis profesores, todos, los de antes y después, que me enseñaron más allá de las clases

A mis compañeros de clase que al final estuvieron ahí

Eileen, no importa si estás lejos, seguirás siendo mi hermanita la bruja, por todos los tiempos los buenos y los difíciles

Fofi, siempre corraste con mis problemas como la familia y me hiciste dueña de tu PC, los golpes de tecla te los debo a ti. Gracias por estar siempre ahí

A Karina, por la guía oportuna y certera, por confiar en mí

Al Periodismo que me abrió las puertas de un mundo nuevo y dejó salir mis aires de escritora

A ti que estuviste cada día, cada noche a mi lado dándome fuerzas cuando se me terminaban. Por poner tus esperanzas en mí. A Dios. Gracias

A los que desde que abrí los ojos al mundo me protegieron

A Trimagen, sin comentarios

A Mami por confiar en mí

A Mimy, que merezco un respiro

A mi mamá, lo logramos

RESUMEN

La Teoría de la Comunicación y la Teoría de Género surgen en el siglo XX y se ocupan de incorporar a las prácticas discursivas el acontecer diario, tomando como punto de partida el comportamiento humano, enfocadas en analizar la construcción social de sentido y las interrelaciones en los ámbitos de las erificaciones simbólicas.

Los Medios de Comunicación funcionan como principales espacios de convergencia del periodismo, y como elementos inmersos en un contexto específico, reproducen de cierta manera el status quo y sus mensajes contienen una carga intencional.

La investigación comunicológica necesita incorporar a sus prácticas discursivas la dimensión que encierra la Teoría de Género y unificar el proceso de las mediaciones que intervienen y conforman el acto de la comunicación masiva. Los medios pueden elaborar un discurso donde ambas partes se vean identificadas. Pueden crear un estado social de progreso, y no retrasar la sociedad con la reafirmación de estereotipos y prejuicios.

Esta investigación tiene como objetivo caracterizar el discurso periodístico que ofrece el noticiero Al Día de Tele Cristal, desde la Perspectiva de Género. El estudio tiene un el carácter cualitativo; se utilizó la entrevista semi-estandarizada, la observación científica y el análisis de contenido, como técnicas investigativas.

Los resultados exponen las principales deficiencias de la construcción del discurso periodístico desde el enfoque de género.

La investigación aporta una sistematización de los fundamentos teóricos de la perspectiva de Género en función de la comunicación y, específicamente en función del discurso periodístico ofrecido por el Noticiero Al Día de Tele Cristal.

ABSTRACT

The Theory of Communication and the Theory of Gender appear in the XXth century. They are in charge of incorporating daily events to the discursive practices, taking the human behavior as part of departure. Also, they are, focused on analyzing the social construction of sense and the interrelations in the environments of the symbolic construction.

Media as main spaces of convergence of the journalism, and as elements inside in a specific context, reproduce in certain way the status quo and its messages contain an intentional load.

The communication investigation needs to incorporate to its discursive practices the dimension that contains the Theory of Gender and to unify the process of the mediations that they intervene and conform to the act of the massive communication. The means can elaborate a speech where both parts are identified. They can create a social state of progress, and not to retard society with the reaffirming of stereotypes and prejudices.

This investigation has as objective to characterize the journalistic speech that the journalist offers to the Al Día news of Tele Cristal, from the Perspective of Gender. The study has a qualitative character; the semi-standardized interview, the scientific observation and the content analysis, were analyzed as investigative technique.

The results expose the main deficiencies of the construction of the journalistic speech from the gender focus.

The investigation contributes a systematizing of the theoretical foundations of the perspective of Gender in function of the communication and, specifically in function of the journalistic speech offered by the Journalist to the Al Día news of Tele Cristal.

Índice

INTRODUCCIÓN.....	1
Capítulo I: Consideraciones sobre los Estudios de Género: Historia y Teoría.....	10
1.1 Antecedentes Históricos de los Estudios de Género en Cuba. Su Influencia en la Comunicación de Masas.....	10
1.2 Referentes Teórico-Methodológicos que Fundamentan la Construcción del Discurso Periodístico en Productos Audiovisuales desde la Perspectiva de Género. Premisas Teóricas para un Estudio de Género en Periodismo	22
Capítulo II: Caracterización del discurso periodístico del Noticiero Al Día de Tele Cristal	34
2.1 Tele Cristal: un Acercamiento a su Política Editorial. Caracterización del Noticiero Al Día.....	34
2.2 Análisis de los Resultados de Investigación.....	46
CONCLUSIONES.....	68
RECOMENDACIONES.....	70
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

Introducción

El periodista es una especie de médico que debe apresurarse a descubrir el problema, ayudar a resolverlo y después informar a sus pacientes todo lo acontecido con la mayor veracidad posible.

Su principal objetivo es informar. Sin embargo no puede actuar solo, pues necesita un medio masivo por el cual difundir y poner en práctica su objetivo; en este punto, los medios de comunicación funcionan como vías para impulsar a individuos e instituciones a buscar en la prensa la solución para los vacíos informacionales.

Los Medios de Comunicación o Mass Media, funcionan como principales espacios de convergencia del periodismo, donde son a la vez, responsables de la creación de disímiles tendencias sociales; como elementos inmersos en un contexto específico, reproducen de cierta manera el status quo y sus mensajes contienen, de manera implícita, determinada carga intencional (Wolf, 2005).

La influencia social y el alcance de los medios de comunicación, pueden incidir directamente en cómo se fortalece o potencia una cultura basada en principios de igualdad y de deconstrucción de estereotipos y mitos sexistas, entre otros fenómenos sociales. Dicha influencia no se condiciona únicamente por la visión del periodista, sino que en ella persisten los elementos incorporados por una cultura llena de arquetipos sociales y construcciones simbólicas.

Los medios se convierten así en reproductores del pensamiento dominante en cada realidad, y su influencia en la conformación de cualidades atribuidas a lo femenino y lo masculino debe aprovecharse también en la deconstrucción de los estereotipos de género e incorporarse al devenir cotidiano de las prácticas discursivas.

La sinergia existente entre medios y receptor funciona y depende del nivel de la producción de saberes y el papel socializador que alcance el periodista o comunicador en los mensajes informativos.

Los Mass Media actúan de forma directa en el acontecer cotidiano, además formulan realidades sucedidas a través de la historia. Las construcciones históricas incluyen elementos de diversa índole, entre ellas la elaboración de categorías investigativas como comunicación, sexualidad, psique, antropología, semiótica y género, entre muchas otras.

Los medios trascienden sus fronteras mediadoras al incorporarse al devenir diario como parte importante del proceso de conformación de imaginarios sociales. Las realidades que representan son capaces por sí solas de influir en las concepciones morales de quienes reciben el mensaje: los receptores.

Como agentes de enlace entre las distintas corrientes políticas e ideologías sociales, integra en su quehacer componentes generales de las diferentes disciplinas investigativas a fin de enriquecer su producción informativa.

La interrelación que existe entre los medios de comunicación y los imaginarios sociales depende, en gran medida, de las acepciones investigativas y categóricas de la representación humana.

Históricamente ha existido una división entre hombres y mujeres a partir de las evidentes diferencias biológicas, sobre las que se ha construido un complejo entramado de desigualdades, que ha dejado a las representantes del sexo femenino en posición de subordinación. Esta condición de inferioridad asociada a lo femenino ha provocado el impulso de numerosos estudios desde diversos campos del saber en busca de la causa de la subordinación femenina, investigaciones con un notable aporte a la construcción de la categoría género y el complejo ámbito de las desigualdades genéricas que los estudios en este campo se encargan de develar.

El género como categoría se emplea para explicar las desiguales asignaciones a lo masculino y lo femenino, teniendo en cuenta que estas diferencias nacen de un fenómeno cultural y no de un hecho biológico.

La definición de género en la historia del pensamiento social, en sus inicios no provocó grandes cambios, por lo que su presencia y fortaleza conceptual pasaron inadvertidas durante algún tiempo.

La aparición del movimiento feminista a finales del siglo XVIII en Europa tuvo como uno de sus principales y primeros logros la obtención del voto femenino.

El movimiento impulsa no solo la inserción de las mujeres en el ámbito público, sino como tema en las investigaciones académicas. La categoría género y los análisis sobre la sexualidad femenina cobran auge y popularidad.

Las feministas emplearon el término “género” para explicar que la subordinación de la cual eran víctimas las mujeres no se justificaba por cuestiones biológicas.

La lucha por la obtención de derechos políticos y económicos, en diferentes sectores de la sociedad, motivan en su momento, estudios vinculados con las causas y conflictos a los que la humanidad se enfrenta.

Algunos de estos estudios y corrientes políticas provocan la aparición de conceptualizaciones filosóficas y teóricas a fin de explicar las contradicciones originarias de estos movimientos sociales y sus demandas.

De igual modo ocurre con los estudios de género; la consolidación del movimiento feminista mundial estimula la incursión en temas relativos al género y sus inicios marcaron el nacimiento de una nueva era, donde la mujer y su colocación social desempeñan un papel de vanguardia.

En Iberoamérica se perfilan un conjunto de investigadoras feministas que dan inicio a un incipiente campo teórico que, aún necesita sistematización y articulación pero con aportes significativos. Entre ellas se encuentran Margaret Gallagher, Michelle Mattelart, Joana Gallegos, Regina Festa, Sally Burch, Amparo Moreno Sardá, Gloria Bonder e Irene León.

Estas investigaciones indagan en el tratamiento y dimensionamiento del género, de manera que se estudie su uso como instrumento de análisis que permita explicar las relaciones desiguales, jerárquicas, de poder entre los sexos, condicionados socio-históricamente, como parte de un proceso de construcción social.

En los inicios de 1900, las demandas de dicho movimiento internacional influyen en Cuba, y se colocan como puntera de las iniciativas de cambio social. En las primeras décadas del siglo pasado este movimiento obtiene importantes logros, como la Ley de Patria Potestad (1917), la Ley del Divorcio (1918) y el derecho al voto (1934).

Con el triunfo revolucionario en 1959, la dirección del país decide poner en práctica una serie de medidas para atenuar los efectos de la discriminación por cuestiones de sexo. De modo que se diseña una estrategia para potenciar el tratamiento equilibrado de los temas referidos a los seres humanos, y se crean indicadores correspondientes con el desarrollo y planeación social, y los análisis de micro-meso-macro para orientar medidas de equidad (Domínguez Blanco, 1984).

En Cuba los estudios sobre género inician a mediados de los años ochenta a partir de investigaciones generales provenientes de la Federación de Mujeres Cubanas

(FMC) y las universidades, en particular con la creación de las Cátedras de la Mujer en la Universidad Central Marta Abreu y de Universidad de La Habana.

Así aparecen reportes de investigadoras académicas, entre las que figuran Graziela Pogolotti, Adelaida de Juan, Mirta Rodríguez Calderón, Vicentina Antuña, Mirta Aguirre, Camila Henríquez Ureña e Isabel Larguía.

La socióloga Mirta Núñez Sarmiento efectuó un abordaje sobre la historiografía de los estudio de género en Cuba, que incluye referencias desde la década de los setenta hasta el 2001. Esta monografía contiene cita de autores como el sociólogo Juan Carlos Alfonso Fraga, la sicóloga Mayda Álvarez Suárez, la antropóloga Leticia Artiles, y las historiadoras María del Carmen Barcia y Digna Castañeda Fuertes(Núñez Sarmiento, 2001).

En las últimas décadas los investigadores más destacados son el historiador Julio César González Pagés, con notables aportes a la visibilización de las mujeres en la historia de Cuba y estudios de masculinidades y la periodista Isabel Moya Richard, con importantes aportes al abordaje de la teoría de género en su vínculo con la comunicación.

Los periodistas, comunicadores y sitios de debate que han creado las redes y publicaciones, sobre todo digitales, para discutir sobre estos temas desde la perspectiva de género, brindan a las investigaciones en este campo una dinámica particular (Moya Richard, 2010). Sin embargo los espacios informativos solo dedican, en su mayoría, al tratamiento de estas temáticas, diversas jornadas en determinadas fechas del año.

Los medios de comunicación en Cuba también han sido sujeto de estudio en busca de la concepción de una perspectiva que incluya tanto a mujeres como hombres, pues cuando se habla de perspectiva de género se piensa en la feminidad, cuando la categoría género no hace distinciones entre sexos biológicamente determinados.

Desde las universidades cubanas han salido estudios que vinculan los tópicos de género y comunicación desde las más disímiles aristas. En tal caso desde la Facultad de Comunicación y el Departamento de Sociología de la Facultad de Filosofía e Historia de la Universidad de La Habana cuentan en su historial con trabajos de diploma sobre estas temáticas.

En el año 2005 la diplomante Dayana León Franco realizó un estudio referido a la construcción de la masculinidad y la feminidad: *En busca de la equidad dentro de la diferencia: una aproximación al estudio de la construcción de la masculinidad y la feminidad en el discurso periodístico del Noticiero Nacional del Sistema Informativo de la Televisión Cubana en su emisión estelar*, un estudio que recoge las principales inquietudes teóricas y conceptuales en cuanto a la reafirmación de una sociedad patriarcal desde el discurso periodístico.

Otro aporte significativo lo hizo la tesis de diploma *La construcción social de género en el discurso periodístico de la sección "En Cuba" de la revista Bohemia*, efectuada por Sucel Vázquez Olivé en 2010 que propone un acercamiento a la construcción social del género en el discurso periodístico de esa sección (Vázquez Sucel, 2010).

La periodista e investigadora Isabel Moya también se ha dedicado, en la última década a realizar pesquisas en lo concerniente a la presentación de la mujer como ser discriminado por los medios de comunicación. A su haber se suman los estudios centrados en los temas de Género y Medios de Comunicación y el Discurso Periodístico.

La política informativa de los medios de comunicación en Cuba se rige por pautas orientadas por el Comité Central del Partido Comunista de Cuba. Esta política incluye una estrategia para evitar la discriminación por cuestiones de sexo.

Los medios tienen no solo una responsabilidad social con respecto a la representación de hombres y mujeres, sino también jurídica, en tanto 10 de los artículos del Plan Nacional de Seguimiento a la Conferencia de Beijing se refieren a este tema.

El Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT), y todas sus instituciones en el país deben proyectar su política editorial en función de dar cumplimiento también a estos objetivos.

Tele Cristal como telecentro y medio de prensa provincial debe aplicar los artículos referidos al correcto tratamiento de hombres y mujeres en los medios audiovisuales, según estipula el citado documento.

La autora de esta investigación propone un acercamiento a la construcción del discurso periodístico del noticiero **Al Día** de Tele Cristal desde una perspectiva de género, teniendo en cuenta que el contenido de los mensajes transmitidos por el

Telediario **Al Día** incluye concepciones estereotipadas y discriminatorias de los roles de género en la sociedad, y creados sobre la base de las concepciones personales de los periodistas, en sus experiencias, conocimientos y su propio aprendizaje de las asignaciones sociales para uno y otro sexo.

El fin de esta investigación es analizar la construcción de la imagen de hombres y mujeres en el discurso periodístico a partir del enfoque que proponen los estudios de género.

De ahí que la investigación se plantee como Problema Científico:

¿Cómo se construye el discurso periodístico del noticiario **Al Día**, de Tele Cristal, desde la perspectiva de género?

El Objeto de investigación se define como: “Estudios de género en Comunicación”.

Y como Objetivo general: Caracterizar la construcción del discurso periodístico del noticiario **Al Día**, de Tele Cristal, desde la perspectiva de género.

Y su Campo de investigación: Perspectiva de género en el noticiario **Al Día** de Tele Cristal.

Después de determinar estas cuestiones se plantean las siguientes Preguntas científicas:

1. ¿Cuáles son los antecedentes históricos del estudio de género en Cuba y su influencia en la comunicación de masas?
2. ¿Cuáles son los referentes teórico-metodológicos que fundamentan la construcción del discurso periodístico en productos audiovisuales desde la perspectiva de género?
3. ¿Qué elementos caracterizan el discurso periodístico del noticiario **Al Día**, de Tele Cristal, desde la perspectiva de género?

Las Tareas de investigación trazadas son:

1. Determinar los antecedentes históricos de los estudios de género en Cuba y su influencia en la comunicación de masas.
2. Establecer los referentes teórico-metodológicos que fundamentan la construcción del discurso periodístico en productos audiovisuales desde la perspectiva de género.

3. Analizar la construcción del discurso periodístico del noticiero **Al Día**, de Tele Cristal, desde la perspectiva de género.

El carácter de esta investigación es esencialmente cualitativo, y los métodos y técnicas escogidos para la realización de esta investigación se acogen al criterio del manual Para investigar en Comunicación Social. Guía didáctica, de la autoría de Hilda Saladrigas y María Margarita Alonso.

Según el nivel teórico, se utilizó el método **Histórico-lógico**, que permite hacer una referencia a los inicios de los estudios de género en Cuba y la influencia de estos en la comunicación y en los modos de crear del periodismo.

El **Análisis y síntesis**, se utilizó a fin de analizar los conceptos referidos a género, discurso y discurso periodístico construido desde el enfoque de género en comunicación. Se realizó el análisis del noticiero Al Día, en particular las emisiones enmarcadas en el primer trimestre del año 2012.

El método **Inductivo-deductivo**, se empleó con motivo de estudiar casos particulares del objeto de estudio. A través de la inducción se llegó a determinadas generalizaciones referidas al empleo de la perspectiva de género en la comunicación y de las prácticas periodísticas que se ejercen en el telecentro Tele Cristal, para concebir propuestas que transformen la realidad inmediata.

Esta pesquisa recurrió a la **Investigación bibliográfica y documental**, a fin de establecer los límites teórico y científicos de los estudios de género en la Comunicación Social y en el Periodismo. Brindó la posibilidad de hacer una búsqueda exhaustiva de la información. Se consultaron investigaciones, libros y artículos digitales e impresos de autores reconocidos en el campo académico que ahora ocupa, de modo que tales postulados pudieran respaldar el análisis y ayudar a examinar y decodificar el problema de investigación.

Su aplicación permitió la revisión y análisis de fondos de documentos, investigaciones precedentes, los guiones de los programas a fin de obtener informaciones y datos a partir de fuentes primarias y secundarias para la confección del proyecto en su totalidad. Facilitó, además, la selección de ideas relevantes para respaldar con sus argumentos los postulados que se utilizaron para confeccionar el informe final.

Como método empírico, la **Observación científica** para obtener una percepción directa del objeto de investigación. A través de esta se definen las principales características visuales del noticiero en cuanto a la perspectiva de género empleado en el noticiero.

La **observación participante** se efectuó durante una parte del proceso de las rutinas productivas a fin conocer qué elementos son definidos como prioridades en la organización de la producción informativa. Esta técnica se enfocó fundamentalmente en las propuestas temáticas hechas por los periodistas, el proceso de selección de fuentes y los diferentes enfoques de los acontecimientos informativos.

Para ello se tomaron como referencia los meses de enero a marzo de 2012, coincidente con el período de muestra a fin de contrapesar los elementos analizados y verificar su comportamiento durante el tiempo escogido.

Otra de las técnicas empleadas fue la **Entrevista semi-estandarizada**, imprescindible para la obtención de datos sobre el tratamiento de la masculinidad y la feminidad en el discurso periodístico propuesto a través del discurso audiovisual. Además permitió un acercamiento a las concepciones personales de los entrevistados y sirvió para develar datos específicos sobre las fases del proceso productivo y de la presencia de sus concepciones personales en la elaboración de los materiales informativos.

Otro de los métodos empleados fue el **Análisis de contenido**, que resultó esencial en la determinación de las características y rasgos distintivos del discurso periodístico del noticiero **Al Día** de Tele Cristal, y su análisis desde la perspectiva de género.

El uso de la **Estadística descriptiva**, y el uso de gráficos estadísticos permitieron tabular los datos empíricos obtenidos y establecer las generalizaciones apropiadas a partir de la triangulación de los mismos, así como las comparaciones presentes en el cuerpo de esta tesis.

Criterio muestral: se escogió el Noticiero **Al Día** de Tele Cristal por ser el noticiero resumen de la jornada y se considera una de las principales vías de información de la población holguinera, además de ser el informativo que cierra las transmisiones del canal.

Muestra: El muestreo de este estudio se puede definir como aleatorio simple, pues se escogieron 24 emisiones del Noticiero **Al Día** de Tele Cristal en sus emisiones diarias durante el primer trimestre del año en curso, enero–marzo de 2012: 15 se recolectaron en los dos primeros meses de forma aleatoria simple y 9 durante el último mes, de forma intencional.

La intención de escoger nueve programas del mes de marzo responde a realización de la primera Conferencia del Partido Comunista de Cuba, la aplicación de los lineamientos del Partido, y fundamentalmente se enmarca además en la jornada por el 8 de marzo, fecha en la que el tema de la mujer se ubica con mayor fuerza en el ámbito público.

A pesar de la emergencia de los estudios de género en las últimas décadas, existen aún pocos antecedentes de investigación respecto a la construcción del discurso periodístico con enfoque de género, y menos aún estrategias de inclusión de esta perspectiva en las rutinas productivas de las redacciones informativas del sistema de la televisión en Cuba.

Además de aportar una caracterización del discurso periodístico brindado por el noticiero **Al Día** desde una perspectiva de género, se crea en antecedente investigativo en los medios de comunicación en el país y en la provincia, tema que hasta la culminación del estudio no había sido abordada.

CAPITULO I: CONSIDERACIONES SOBRE LOS ESTUDIOS DE GÉNERO: HISTORIA Y TEORÍA.

Este capítulo hace una referencia a los principales antecedentes de los estudios de género en Cuba y su incidencia en la comunicación y medios de difusión. De manera particular busca referenciar los principales aportes a la concepción conceptual y social del género como categoría de estudio y su interdisciplinariedad en los más diversos campos de estudio, particularmente la comunicación y el periodismo, objeto de análisis de esta investigación.

Otro aparte se reserva para los asuntos relacionados con la sinergia existente entre la Teoría del Género, la Teoría de la Comunicación, y el Newsmaking como referentes del periodismo.

1.1 Antecedentes Históricos de los Estudios de Género en Cuba. Su Influencia en la Comunicación de Masas

"La libertad, proviene del entendimiento de que ser identificado como mujer, u hombre, tiene que ver, sobre todo, con comportamientos, hechos, actitudes, elementos que pueden ser transformados a voluntad"

Zaida Capote

En el desarrollo histórico de la sociedad la mujer ha sido devaluada; aun con el paso del tiempo y el desarrollo alcanzado en el mundo desde todas las aristas: sociales, culturales, tecnológicas y otras esferas. Esta situación no se ha resuelto, por lo que hace necesario lograr un mayor reconocimiento de la mujer en el mundo.

El género como categoría social, es una de las contribuciones teóricas más significativas del feminismo contemporáneo. Esta dimensión analítica surge para explicar las desigualdades entre hombres y mujeres, con énfasis en la noción de multiplicidad de identidades.

Como concepto, el género es un conjunto de características específicas que identifican el comportamiento social de hombres y mujeres y las relaciones entre ellos; se conforma como una construcción cultural aprehendida a partir de la socialización (Farias García, 2010).

La visión androcéntrica de la historia representa la negación de las mujeres como agentes históricos y la generalización de un enfoque distorsionado de la historia misma. Esta absolución de la problemática de la mujer como parte del desarrollo

histórico y social del mundo no busca más que infravalorar la posición que ocupan hombres y mujeres en el desarrollo social.

En el siglo XVIII, con la irrupción de la Revolución Francesa, se conforman nuevas fuerzas sociales necesitadas de la participación activa de la mujer; aun cuando no se olvida su carácter marginador, al obligarlas a permanecer como fuerza social y familiar (Franco León, 2005).

El perfeccionamiento de la producción, propicia que la mujer encuentre nuevos espacios para desdoblarse, lo cual crea nuevas necesidades sociales y favorece el surgimiento de una nueva conciencia y cultura hacia la mujer. Poco a poco, cuestiones consideradas como propias del ámbito privado se volvieron asuntos públicos.

La inclusión de la mujer en ámbitos públicos y laborales se condiciona por la misma estructura y necesidad de desarrollo social; por lo que se concluye que si las relaciones de poder ser hubiesen mantenido de manera íntegra, las mujeres no participarían en el desarrollo a priori de la humanidad.

Ante la necesidad de establecer y definir su posición ante los hombres, las mujeres empezaron a organizarse y a luchar por liberarse de los prejuicios que la discriminación impone.

A finales del siglo XIX, se consolida el movimiento feminista, que reclama participación en la vida política *destinada* a los hombres. En aras de solucionar su integración, los motines y huelgas no cedieron hasta que por fin en 1920, se les concede el derecho al voto en los Estado Unidos.

Estas manifestaciones no fueron la única vía para exigir participación más activa en la vida política y un trato igualitario. Se crean clubes literarios en los que se atendían y discutían los abusos más frecuentes de los que eran víctimas. A partir de ese momento, aparecen las incursiones en el tema género en la esfera de la comunicación, sobre todo en la literatura.

En 1949 Simone de Beauvoir publica *El segundo sexo*, donde se introduce el término género; pero no es hasta la década del 60 del pasado siglo, cuando comienza a circular en las ciencias sociales y en el discurso feminista, con un significado propio y como una acepción específica, distinta de la caracterización tradicional del vocablo con referencia a tipo o especie. A finales de los ochenta y

comienzos de los noventa el concepto adquiere consistencia y comienza a tener impacto en América Latina (De Beauvoir, 1989).

La publicación de *El segundo sexo* demuestra la fuerza escondida en cada mujer. Abre las puertas de ese espacio vedado del que eran víctimas. Reconoce que ser hombre o mujer impone una dinámica distinta, no porque la condición biológica implique esa desigualdad; sino por las tareas que asumen debido a la construcción social sobre la que se erigen.

En 1955, el profesor John Money propone el término “papel de género” para describir el conjunto de conductas atribuidas a los varones y a las mujeres; pero Robert Stoller establece la diferencia conceptual entre sexo y género.

Otro importante hito en los estudios de género fue la definición por Gayle Rubin, del sistema sexo/ género, entendido como conjuntos de prácticas, símbolos, representaciones, normas y valores sociales que las sociedades elaboran a partir de la diferencia sexual anatómico-fisiológica y dan sentido a las relaciones entre personas sexuadas (De Barbieri, 1992).

Por género se entiende una serie de atributos y funciones -que van más allá de lo biológico-reproductivo-, de la construcción socio-cultural adjudicada a los sexos para justificar diferencias y relaciones de poder entre los mismos.

A partir de estas referencias conceptuales pueden examinarse distintos planos del conocimiento acumulado en la materia, por lo cual puede aceptarse que constituyen reflexiones sobre género, todas aquellas que se hicieron en la historia sobre las consecuencias y significados que tiene pertenecer a cada uno de los sexos (Gómariz, 2004).

Los estudios de género se ubican en el segmento de la producción, que se ocupa de la producción de conocimientos en ese ámbito de la experiencia humana (Gómariz, 2004).

Estos estudios van más allá de reconocer las relaciones de poder que se dan entre los géneros, en general favorables a los varones como grupo social y discriminatorio para las mujeres.

La generalización del concepto de género suscita una polémica en torno a la conveniencia de continuar usándolo; sin embargo el término se ha tergiversado y banalizado en su aplicación. En estudios macro-sociales o del mercado de trabajo, a

la desagregación por sexo se le denomina género, pero la categoría permanece vacía.

Algo similar ocurre cuando la palabra género sustituye a mujeres. El género requiere la búsqueda de sentido del comportamiento de varones y mujeres como seres socialmente sexuados (Scott, 1996).

Según la investigadora Marta Lamas en América Latina no existe el suficiente debate ni una confrontación teórica al respecto, al menos comparada con la fuerza y visibilidad con que se ha dado en el mundo anglosajón.

Para Lamas un aspecto relevante por debatir es la forma en que se manifiesta el traslape conceptual entre género y diferencia sexual: como ausencia o silencio, confusión y negación. En el debate sobre las relaciones entre hombres y mujeres, la diferencia sexual es un concepto básico para comprender la base sobre la que se construye el género (Lamas, 1996).

Para esta teórica, el léxico para referir a mujeres y hombres se producen desde el lenguaje y las prácticas y representaciones simbólicas dentro de formaciones sociales dadas; pero también por procesos inconscientes vinculados a la simbolización de la diferencia sexual. Si dicha diferencia sexual no estuviese condicionada por los aspectos biológicos quizás se logara establecer la diferenciación o la colocación equitativa de ambos géneros (Lamas, 1996).

La diferencia no solo reside en la participación de ambos sexos con respecto a su posición social, sino que implica el modo de expresarse de cada uno. En este punto el lenguaje significa la estrategia posibilitadora de dichas diferenciaciones en los más diversos ámbitos.

El lenguaje es una de las máximas expresiones de las ideas y del pensamiento humano, y los conceptos que en él se encierran, sirven para describir, encuadrar y comprender la realidad. Una vez forjada y establecida, también afectan la manera en que se perciben dichas realidades; si la afectación incluyen el modo de comprender la posición social de hombres y mujeres, entonces conduce al afianzamiento de estereotipos y estigmas sexuales.

La diferencia sexual es un contraste estructural a partir de la cual se construyen no sólo los papeles y prescripciones sociales, sino el imaginario de lo que significa ser mujer o ser hombre, por lo tanto no se sitúa en el mismo nivel que el género.

Ese pensamiento en el cual las mujeres son derivadas a zonas reservadas al amor, la dulzura y sensibilidad mientras en los hombres impera la irritabilidad, muere con las inclusiones de sus relaciones sociales, y no biológicas, como categorías de estudio.

Aun cuando la categoría no está cerrada, y sí en pleno desarrollo, la Perspectiva de Género favorece el ejercicio de una lectura crítica y cuestionadora de la realidad, a fin de analizar y transformar la situación de las personas. Las relaciones sociales, sexuales y profesionales se sitúan en un mismo plano para la construcción de una equidad basada en vínculos no jerarquizados ni discriminatorios. La Perspectiva de Género es una de las contribuciones más importantes del feminismo contemporáneo. Opta por una cuestión más epistemológica próxima a la realidad desde las miradas de los géneros y sus relaciones de poder.

Denominada también enfoque de género, se basa en la Teoría de Género y se inscribe en tres paradigmas: “el paradigma teórico histórico-crítico, el paradigma cultural del feminismo y el paradigma del desarrollo humano” (Benhabib & Cornel, 1990:9-28).

Dicha perspectiva permite enfocar, analizar y comprender las características que definen a mujeres y hombres de manera específica, así como sus semejanzas y sus diferencias.

Desde ella se analizan las posibilidades vitales de unas y otros, el sentido de sus vidas, sus expectativas y oportunidades, las complejas y diversas relaciones sociales dadas entre ambos géneros; también los conflictos institucionales y cotidianos que deben encarar, y las múltiples maneras en que lo hacen (Benhabib & Cornel, 1990:9-28).

Desde este punto de vista las relaciones de las mujeres con el mercado laboral aumentan. El cuidado de los niños, la salud de la mujer y demás miembros de la familia, la violencia intrafamiliar -que atenta contra niños y niñas, y mujeres-, el hostigamiento contra la mujer en los medios laboral y social, se convierten en asuntos de las instituciones de gobierno.

Cuba, como parte de su proceso de desarrollo y cambios sociales, no deja atrás los esfuerzos para lograr equidad de representación social de hombres y mujeres, en

aras de lograr una mayor integración al proceso revolucionario y a fin de equiparar su condición con respecto al hombre como figura social de mayor peso.

A fin de atenuar los efectos de la discriminación por cuestiones de género, Cuba utiliza como referente el *Plan de Acción Nacional de Seguimiento a la Conferencia de Beijing*. Este documento encierra la política que deben adoptar los diferentes sectores a fin de evitar discriminaciones por cualquier concepto para con las mujeres.

Desde 1959, "(...) se establecen a nivel gubernamental políticas generales y sectoriales en correspondencia con la estrategia cubana de desarrollo económico y social que incluyen como un derecho inalienable de las mujeres, participar en la vida económica, política, cultural y social del país, en igualdad de oportunidades y posibilidades que los hombres" (Espín, 1996:2).

Las leyes en Cuba prohíben la discriminación de la mujer y no existen hoy restricciones a su condición civil. La Constitución de la República, en el artículo 44 del capítulo VI sobre igualdad expresa que el Estado garantiza que se ofrezcan a la mujer las mismas oportunidades y posibilidades que al hombre, a fin de lograr su plena participación en el desarrollo del país.

Asimismo sostiene que la mujer y el hombre gozan de iguales derechos en lo económico, político, cultural, social y familiar. (...) El Estado se esfuerza por crear las condiciones que propicien la realización del principio de igualdad (Constitución, 2010).

La Revolución Cubana, mantiene su posición de asumir nuevas perspectivas a nivel social. El Ministerio del Trabajo, por su parte y como componente de la aplicación de las nuevas medidas, suprime cualquier restricción en el acceso de la mujer a empleos destinados a los hombres, y promueve regulaciones para proteger sus derechos y garantizar la igualdad de oportunidades y de remuneración. Las legislaciones laborales no aceptan discriminación alguna en cuanto a salario, ascensos, prestaciones o igualdad de capacitación (Fernández Rius, 2010).

En la época de 1960 se realizan estudios que evidencian el inicio incipiente de investigaciones sobre las diferencias entre hombres y mujeres, como *Mujeres en cifras* (FMC, 1975); *La población de Cuba* (Centro de Estudios Demográficos de la Universidad de La Habana, 1976), *Anuarios Estadísticos de Cuba*, que dejaron de

publicarse en la década de los 90 a causa de la fuerte crisis económica que atravesaba el país y el *Perfil Estadístico de la Mujer Cubana en el Umbral del Siglo XXI*.

Los inicios de los estudios de género datan de la segunda mitad de los 80 y tienen un mayor auge en los 90 por las propias exigencias de profesiones y marcos sociales que conciben como imprescindible cambiar la posición de la mujer para transformar su lugar en la sociedad y a la sociedad misma (Núñez Sarmiento, 2001).

A nivel político también se adoptan medidas consecuentes con la situación de discriminación por cuestiones de género, tanto para hombres como para mujeres.

En los dos primeros Congresos del Partido Comunista de Cuba (PCC) se analiza la posición social de la mujer en la sociedad y en los ámbitos públicos. En el tercer Congreso del PCC en 1986 se plantea la necesidad de promover a cargos de dirección a mujeres, negros y jóvenes.

De esta manera comienza en la esfera política del país una serie de acontecimientos a favor de la construcción equitativa de ambos sexos.

En 1985 se efectúa el IV Congreso de la Federación de Mujeres Cubanas (FMC), que prueba el auge de la presencia femenina en todas las esferas de la sociedad. Desde entonces esta organización facilita la participación de cubanas y cubanos en eventos internacionales que permitieron comparar la situación de la mujer cubana con otros países.

Desde 1986 se incorporaron comisiones de género en los foros de intercambios académicos convocadas por las universidades e institutos de la Academia de Ciencias. La FMC coordinó investigaciones sociales con académicas cubanas y extranjeras, que movilizan las investigaciones sociológicas en el país, no solo las referidas a las relaciones de género.

Los avances en los planteamientos interpretativos relacionados con los estudios de género, conducen a la elaboración de categorías analíticas, conceptuales y metodológicas que superan la visión organizada en términos dicotómicos de víctima/heroína, público/privado e igualdad/diferencia.

Estos nuevos conceptos favorecen que los estudios mantuvieran un cause único en cuanto a la búsqueda de la perspectiva de género en la educación, posición laboral, jerarquía social, expresiones artísticas y medios de comunicación.

Comienzan entonces los estudios en las textileras Celia Sánchez Manduley (1987), y en la de Ariguanabo con la norteamericana Helen Safa (1986-1989) y comparación sobre empleo femenino en cinco países de las Américas (1987-88). En este momento florecen los primeros resultados de las investigaciones de la socióloga Mirta Núñez Sarmiento, quien desde 1985 estudió la representación de la mujer en los medios de comunicación.

Entre la segunda mitad de los ochenta y principios de los noventa, se declara el inicio del estudio de las relaciones de género. Asumir los estudios de género es una de las disposiciones del Ministerio de Educación a fin de buscar alternativas a la situación arraigada ya en la cultura patriarcal cubana.

A partir de 1991 se forman las Cátedras de la Mujer en la Universidad de La Habana y de la Mujer y la Familia en otros centros de educación superior del país, como una iniciativa de las académicas y de la FMC. Esta organización crea las Casas de Orientación a la Mujer y la Familia en los municipios y el Centro de Estudios de la Mujer, de la FMC.

Se crean espacios permanentes para discutir temas de género entre cubanas y con invitadas extranjeras en instituciones de la Isla como: La Casa de las Américas, Unión Nacional de Escritores y Artistas de Cuba (UNEAC), Instituto de Literatura y Lingüística y la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC). A partir de ese momento, se organizan presentaciones científicas de los resultados alcanzados, marco para la reflexión y el análisis que permitiera avances conceptuales acerca de la realidad de la mujer cubana, no obstante los resultados no lograron influir de forma directa en la percepción que se manejan estos temas en la cultura de masas.

En esa misma década, en el 95 y después en 1997, se realizan el primer y segundo Taller Internacional Mujeres en el Umbral del siglo XXI, con el objetivo de crear un espacio interdisciplinario de reflexión teórico-metodológico acerca de problemas que afectan a la mujer.

Estos talleres tienen en cuenta El Plan de Acción Nacional de Seguimiento a la Conferencia de Beijing, que en la sección *Mujeres y medios de comunicación* dispone directrices, para eliminar la transmisión de estereotipos e imágenes denigrantes de la mujer.

El artículo 21 indica: “crear grupos intersectoriales e interdisciplinarios de trabajo que sistemáticamente evalúen y recomienden sobre el tratamiento que recibe el tema mujer en los medios (...) priorizar la televisión, poderoso medios de influencia e información” (República de Cuba , 1997:7).

El Plan especifica que los medios de comunicación y los profesionales vinculados a estos, incluyan códigos éticos que los comprometan a no reproducir estereotipos ni imágenes denigrantes de las mujeres(República de Cuba , 1997).

El artículo 26 añade la necesidad de “realizar investigaciones en los diferentes aspectos de la imagen de la mujer en los medios, lo que resultaría de gran utilidad en el diseño de las políticas para la representación más equilibrada de la imagen de la mujer” (República de Cuba, 1997:8).

Un análisis de los trabajos presentados en dichos talleres apunta hacia los temas más estudiados en la actualidad, porque afectan más la vida de las mujeres, así aparece en primer lugar el de Género y Desarrollo.

Otro de los asuntos tratados es la representación de la imagen de la mujer en los medios, su tratamiento, la reproducción de estereotipos tradicionales de la mujer a través de ellos, como vía para perpetuarlos en la cultura y la mujer como objeto y sujeto de la creación artística y literaria.

Las investigaciones en Cuba sobre temas referentes a los hombres emprenden líneas definidas a raíz de la segunda mitad de la década de los noventa del siglo pasado. Inicadoras en aquel entonces en este ámbito fueron las investigaciones de Patricia Arés (Universidad de La Habana), Ramón Rivero (Universidad de Villa Clara Marta Abreu, de Las Villas), María Teresa Díaz (Centro Nacional de Estudios Sobre Sexualidad (CENESEX)), Mayda Álvarez (Centro de Estudios de la FMC, 1995) y Julio César González Pagés (1998).

Por otra parte, Arés y Rivero enfocan sus estudios al tema de la paternidad, mientras que Díaz y Álvarez orientaron los suyos a la sexualidad y la construcción social de la masculinidad (Pagés González, 2004).

Estas investigaciones, colocan a la mujer como un ser social discriminado, en busca de la equidad de tratamiento por parte de las masas. En las últimas décadas, las investigaciones relacionadas con la representación de las mujeres en los medios de comunicación; aun cuando se incrementa las investigaciones relacionadas con la

Perspectiva de Género y su implicación social, no muestran una completa efectividad para revertir los efectos del tratamiento sexuado de la imagen de la mujer.

Las consideraciones en torno a la Perspectiva de Género en los medios de comunicación masiva implican un nivel de análisis, todavía no alcanzado. Las impresiones sobre los trabajos revisados solo aportan un camino para posteriores sondeos, pero se hace inmediato que en los albores de este siglo XXI, se busquen respuestas completas.

La doctora Miriam Rodríguez Betancourt, profesora de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, explica la pertinencia de esos espacios, que tienden a la “espectacularización” de la información, la sobresaturación de canales informativos, la creciente banalización de los contenidos y el predominio abusivo y deformante de la imagen en detrimento de la palabra impresa” (Rodríguez Betancourt, 2008: s/p).

En 1995 surge el Proyecto de Monitoreo Global de Medios, (GMMP, por sus siglas en inglés), dedicado a documentar la ausencia de la voz de las mujeres en los medios de comunicación de todo el mundo.

En ningún medio, región o tema noticioso la proporción femenino/masculino se acerca a la paridad. La visibilidad de las mujeres en las noticias fue extremada y uniformemente baja, señaló en 2010 el informe del GMMP titulado ¿Quién figura en las noticias? (Edith, 2011).

De acuerdo con los resultados, sólo el 24% de las personas sobre las que tratan las noticias de la prensa escrita, la radio y la televisión son mujeres. En contraste, 76% de quienes aparecen en las noticias son hombres, imagen que no responde a la realidad demográfica del planeta, donde, por lo menos, la mitad de la población mundial se compone de mujeres.

El aprendizaje y puesta en práctica de una Perspectiva de Género en los Mass Media no se globaliza. Los Medios, en su condición de facilitadores de cambio social, se consolidan como reproductores de estereotipos de discriminación sexual y en esto incide el discurso que se hace llegar mediante ellos.

Las prácticas discursivas remiten a relaciones de poder; donde no solo reflejan un mundo sexista preexistente, sino que además construyen de manera activa

asimetrías de género dentro de contextos socio históricos específicos” (Jiménez & Vígara, *cit. por* Vallejo; 2005).

Los Medios legitiman ideologías dominantes consolidándolas e incluso las incrementan y ponen en funcionamiento estructuras y mecanismos de poder, que van más allá del simple papel de colocación de la figura femenina en segundos y terceros planos para la transmisión de determinados mensajes de carácter noticioso o no.

La especialista Isabel Moya, directora de la Editorial de la Mujer y de la revista *Mujeres*, afirmó durante la apertura del Octavo Encuentro Iberoamericano de Género y Comunicación en el 2008 que los medios tiene una función clave en la transformación de las concepciones tradicionales de lo femenino y lo masculino. (Moya Richard, 2010).

La transformación de dichas concepciones debe acompañarse por la voluntad política, la promulgación de leyes y la acción social y comunitaria a favor de propiciar la participación de la mujer en igualdad de derechos, posibilidades y oportunidades que los hombres.

Como ya se ha explicado anteriormente en este estudio, los medios de comunicación tienen una gran influencia en la validación de estos estereotipos, por lo que una transformación en las rutinas productivas sería un gran aporte a la deconstrucción de estos mitos desde los productos comunicativos, y particularmente los periodísticos.

En este sentido, Isabel Moya refiere que abundan más los estudios relacionados con la imagen, sobre todo imagen de la mujer en los medios noticiosos, publicidad, audiovisuales, Internet y otros soportes. Entendida la imagen no solo como representación iconográfica, sino como una construcción en el campo de lo simbólico (Moya Richard, 2010).

En el caso de los informes de tesis de la Facultad de Comunicación de La Habana se destacan: *Aroma de hombres* (2003), de Yaima Quiñónez Martínez; *En busca de la equidad dentro de la diferencia* (2005), de Dayana Litz León Franco; *Detrás de la pantalla* (2006), de Foutumata Kaba; de Helen Hernández, *Mujeres en crisis* (2008), *Una aproximación a la representación social de la feminidad y la masculinidad en el*

video clip cubano actual (2008) de Lirians Gordillo; *Mujeres al borde de los medios* (2001).

Otras son *Una aproximación a la representación social de género de la Revista Mujeres* (2009), de Yaneicy Acosta Hernández; *Ideologías profesionales que inciden en la construcción social de género reflejada en la producción periodística de Prensa atina e Inter Press* (2009), de Yusmisleiydis Verdecia, Maité López y Yaima Rodríguez, entre otras, que han enfocado el tema de género de forma multidisciplinar.

Investigaciones, que como ya se ha explicado anteriormente, se circunscriben a la representación mediática de la imagen de la mujer.

La actualidad marca un mundo en el que los medios de comunicación tienen un papel protagonista. Si se transforma la comunicación el reflejo de la equidad de género es posible. Es necesario lograr una comunicación más equitativa utilizando lenguaje, imágenes, contenidos y metodologías, que conduzcan a la igualdad de representación entre hombres y mujeres en los medios.

1.2 Referentes Teórico-Metodológicos que Fundamentan la Construcción del Discurso Periodístico en Productos Audiovisuales desde la Perspectiva de Género. Premisas Teóricas para un Estudio de Género en Periodismo

Los nexos entre la Teoría de la Comunicación y la Teoría del Género aparecen distantes durante el desarrollo del siglo XX, sin embargo la necesidad de vincularse y extraer aplicaciones sociales de una y otra, provocaron la aparición de sus puntos de contacto.

Los estudios de Comunicación surgen por la necesidad de comprender la producción, distribución y recepción del conocimiento y la información producida por los medios; mientras que la Teoría de Género emerge con la urgencia de entender la estructura y sostén de las relaciones entre individuos sexuados. (Moya Richard, 2010).

La Teoría de Género aparece en el siglo XX, con la crisis de los paradigmas de comunicación que invisibiliza¹ el origen histórico de la desigualdad entre hombres y mujeres, fomentada por la posición que adoptan los Mass Media en el ámbito simbólico entre el discurso mediático y el sujeto, el estatus de este en la creación de

¹ Término acuñado por los estudios sociales referidos al género. La invisibilización proviene de aquello que no se nombra, y por supuesto lo que no se nombra no existe.

lo masculino y femenino y su interés y en la representación social y mediática de los géneros.

Los Medios de Comunicación y la Teoría de Género se convierten en elementos claves para explicar la vida en sociedad. Pretenden analizar la construcción social de sentido y las interrelaciones en los ámbitos de las erificaciones simbólicas.

Las últimas décadas marcan el inicio del desarrollo de un campo apenas roturado de la masculinidad crítica: los hombres reconocen los orígenes de sus propias aportaciones en las obras y las acciones de las feministas analizan las formas dominantes de la condición masculina y plantean alternativas no sexistas y anti-sexistas para las relaciones entre hombres y de los hombres con las mujeres.

La Teoría de Género funciona como herramienta de trabajo en los medios de comunicación para la construcción del mensaje audiovisual; pues por sí sola la Teoría de la Comunicación no establece los códigos identitario de una sociedad de masas.

El fundamento de la Teoría de Género es crítico, la índole de los enfoques que genera es crítica, y le es imprescindible la crítica de la modernidad. Esto la ubica dentro de las corrientes democratizadoras postmodernas, comprendidas en el horizonte histórico-cultural de la modernidad misma, que no se ha clausurado.

La influencia de los estudios de género en la comunicación constituye un punto de interés para investigadores de ambas partes. A finales de la década de los '90 se incluyen en las agendas de los medios masivos, los temas relacionados con la discriminación de la mujer y acerca de la violencia de género (Menéndez, 2007).

El interés por parte de los estudiosos del género y de los comunicadores en establecer nexos entre la Teoría de Género y la Teoría de Comunicación aumenta a medida que se abren las puertas de las investigaciones sociológicas y comunicológicas. "Son cada vez más las investigaciones de comunicación que utilizan o pretenden utilizar el enfoque de género, al igual que aumentan las investigaciones que desde el género estudian procesos comunicacionales." (Moya Richard, 2010:16)

La investigación comunicológica no es posible sin tener en cuenta la dimensión de todo el complejo fenómeno de mediaciones que constituye el acto de comunicación masiva.

El profesor e investigador Javier Esteiman, en un análisis sobre la Centro para la Investigación y estudios para América Latina (CIESPAL) y la formación de imaginarios de comunicación en América Latina, asevera que las investigaciones de comunicación trascienden sus fronteras teórico-metodológicas tradicionales que analizan la comunicación desde sí misma.

Desde aquí estas rupturas inician una transformación conceptual a partir de la lenta asimilación de los aportes de la Economía, la Historia, la Antropología. (Esteiman, 2002).

El Género es una categoría social y por ende la Teoría de Género explica cómo el saber devela que el hecho de ser mujer u hombre, más allá del hecho biológico, es el resultado de una construcción simbólica erigida sobre los cuerpos y la subjetividades de los sujetos sexuados (Moya Richard, 2010).

La Teoría de la Comunicación y la Teoría de Género se ocupan de los procesos culturales e incorporar a ellos el devenir cotidiano y las prácticas discursivas.

El investigador Néstor García Canclini figura entre los estudiosos de la comunicación interesados en esclarecer dichos nexos. Afirma que se desconocen los aportes del pensamiento feminista a los estudios culturales; su desarrollo es débil en casi todos los principales especialistas latinoamericanos, aunque el diálogo más fluido con la academia anglosajona está reequilibrando de algún modo esta carencia (García Canclini, 1997).

La interrelación entre ambas teorías se sostiene en el vínculo creado entre ellas, por la utilización de los mismos paradigmas teórico-críticos y culturales. Además, se nutren del materialismo dialéctico, la antropología, la sociología, la psicología y la lingüística en la conformación de su propio corpus.

El profesor Jesús Martín Barbero sitúa la comunicación como un ámbito en el que se cruzan las Ciencias Sociales, donde se evidencia que toda razón comunicativa aparece en el centro de la reflexión social llenando el vacío, la orfandad epistemológica producida por la crisis de los paradigmas de la producción y la representación (Martín Barbero, 1996).

De tal modo, las investigaciones comunicológicas pueden entenderse y nutrirse de las diferentes corrientes sociales que emergen en las instancias de paradigmas culturales poco desarrollados.

La Teoría de la Comunicación y la de Género se instituyen como relación sinérgica. Explica los nexos interrelacionales que se centran en los ámbitos empíricos, teórico conceptual, metodológico y epistemológico (Moya Richard, 2010).**|**

La construcción cultural de valores divididos para cada género, se apoya en diferencias sexuales, establece una jerarquía y desigualdad, un orden de poder concretado en oportunidades y restricciones diferentes para cada persona según su condición de género.

La conceptualización del fenómeno de interrelación logra crear vínculos estrechos entre ambas teorías y se conforma como una misma relación. Los doctores Pearson y Todd-Mancillas han creado una organización entre género y comunicación.

Ambas teorías integran el acto de procesamiento de la información y este a la vez incluye la naturaleza de la percepción, la escucha, la empatía y las explicaciones.

Género y Comunicación incluyen, además, las auto percepciones de hombres y mujeres (el desarrollo de la autoimagen y la autoestima); las imágenes de los hombres y las mujeres (descripciones propias); la utilización sexista del lenguaje con sus diferencias en las preguntas y en las aserciones; comunicación no verbal (interrupciones y la descodificación no verbal) y por último los contextos de la comunicación, ya sea pública, mediática, privada o íntima (Volnovich, 1996).

La investigación comunicológica necesita incorporar a sus prácticas discursivas la dimensión que encierra el género y unificar el proceso de las mediaciones que intervienen y conforman el acto de la comunicación masiva.

En la actualidad, los medios de difusión enfocan sus objetivos en la configuración-creación de estados de opinión. Cuando los receptores reciben determinados mensajes, tienden a interiorizar los códigos de su interés y se identifican con espacios específicos.

Las nuevas tendencias (new issues) en las agendas públicas se constituyen en temas resistentes a los encasillamientos tradicionales. Estas comienzan a constituir zonas fijas en la agenda de los diarios (cuerpo principal o suplementos), la televisión (los canales temáticos) y la sociedad (así sucede con el conjunto formado por ciudad, seguridad, tránsito, calidad de vida, ecología, o también con el de género, feminismo, acoso sexual, aborto, planificación familiar (Martini, 2000).

Los medios de comunicación se convierten así en replicadores de estereotipos preconcebidos y asimilados por la sociedad de manera pasiva. En el contexto socio-histórico donde evolucionan resulta notorio el impacto de los progresos científico-tecnológicos y conduce a un grado de competitividad cada vez mayor.

La difusión de mensajes es responsabilidad de los Mass Media encargados de romper con los estándares de una sociedad dominada por el sistema patriarcal. Los medios pueden elaborar un discurso donde ambas partes se vean identificadas; pueden crear un estado social de progreso, en vez de retrasar a la sociedad con la creación de mensajes que recalcan estereotipos y prejuicios.

En el proceso de difusión de contenidos informativos intervienen la determinación, búsqueda, elaboración y presentación del tema escogido. Su responsabilidad reside en transmitir información sobre la sociedad misma, su historia, valores, normas, en suma la herencia social que les ha sido otorgada.

El objetivo de todo medio de difusión es brindar resúmenes de los sucesos reveladores e interesantes. Este se vuelve más complejo por la gran cantidad de acontecimientos encontrados en la realidad.

La selección de los acontecimientos implica reconocer que un suceso es un acontecimiento y no una casual sucesión de procesos destinados a registrarse como tales. El medio de información, no puede trabajar sobre fenómenos idiosincrásicos, cada fenómeno debe reducirse a clasificaciones construidas par provocar determinado efecto en la audiencia (Tuchman, 1977).

Cuando se establece un conjunto de criterios de importancia que definen la aptitud de cada acontecimiento para ser transformado en noticia, comienza el proceso de la noticiabilidad.

Mauro Wolf define la noticiabilidad como “el conjunto de requisitos que se exige a los acontecimientos para adquirir la existencia pública de noticias, desde el punto de vista de la estructura del trabajo en los aparatos informativos y desde el punto de vista de la profesionalidad de los periodistas” (Wolf, 2005:116).

La noticiabilidad, en el mercado cubano de las noticias, figura bajo el precepto de que las noticias no son un producto de venta comercial. Los Medios no impulsan su labor con fines de lucro, sino en busca de la verdad de Cuba y el mundo.

El proceder de la noticiabilidad es supervisar y gestionar los elementos de calidad en la noticia, de modo que los valores/noticia constituyen un componente de la noticiabilidad.

Muchos catedráticos reconocen varios criterios de noticiabilidad: tal es el caso del profesor Julio García Luís quien plantea que se reconocen varios criterios universales de la noticiabilidad: objetividad, novedad, interés social, actualidad, prominencia, proximidad, entre otros (Calzadilla Rodríguez, 2005: 45).

El profesor Roberto Pérez Betancourt, en su libro *Dinámica de la Noticia*, define principios de selección noticiosa: actualidad, objetividad, exactitud, precisión y documentación; periodicidad y seguimiento informativo (Pérez Betancourt & García Moreno, *Dinámica de la noticia*, 2006: 15-17).

Así los hechos figuran como eventos marcados por su prolongación o consecuencia, no así por la trascendencia o el efecto de lo acontecido. El inadecuado manejo de la perspectiva de género en los medios se agudiza por no ser un tema relevante para las audiencias dentro de los valores noticia, por lo que prevalece el carácter impositivo de las subjetividades hegemónicas perpetuadas en las rutinas productivas (Lozano, 1991).

Los valores/noticia son criterios de importancia difundidos a lo largo de todo el proceso de producción, es decir, estos no sólo están presentes en la selección de las noticias sino que crean fases sucesivas del proceso, aunque con distinto grado de importancia.

El acontecimiento significa una ruptura en cualquier ámbito, privado o público, que se destaca sobre un fondo uniforme y constituye una diferencia, y se define por los efectos en el tiempo y en el espacio en los que ocurre. Sólo cobra sentido en una serie, y en relación con los sujetos sociales (Alsina, 1996: 82).

Tales criterios tienen su anclaje en la cultura de la sociedad y se relacionan con los sistemas clasificatorios y las agendas temáticas habituales del medio, se encuadran en la política editorial sustentada, y remiten a una concepción determinada de la práctica profesional.

Cada producto periodístico pasa por la subjetividad del creador que incluye sus concepciones acerca del tema. En los valores/noticia se destaca el hecho que los acontecimientos ocurridos en el ámbito público se relacionan con hombres, mientras

que a las mujeres se les destina el ámbito privado, estereotipando las actitudes hacia los géneros.

Según un estudio realizado por Evolutions Media-Media Watch y publicado por la AFP el 7 de marzo de 2001, las mujeres ocupan cinco veces menos espacio que los hombres en la cobertura de los Medios de Comunicación en todo el mundo, con solo el 18% de las personas citadas.

La ideología androcéntrica se resiste a ser sustituida en su totalidad por relaciones de equidad y se solapa, se repliega, se metamorfosea en la subjetividad de comunicadores y comunicadoras, en las rutinas productivas, en las interpretaciones de la política informativa, así como en la toma de decisiones en los medios. Esto posibilita la utilización de determinados valores/noticia como respaldo a informaciones, mensajes que no aprovechan las facilidades de trabajar desde la perspectiva de género.

Los valores/noticia pueden utilizarse de dos maneras: como criterios para seleccionar entre el material disponible en la redacción los elementos dignos de ser incluidos en el producto final, y en segundo lugar funcionan como líneas-guía para la presentación del material que sugieren qué es lo destacable u omisible y dónde dar prioridad en la preparación de las noticias presentadas al público. (Wolf, 2005).

Los valores/noticia por tanto son reglas prácticas que contienen un corpus de conocimientos profesionales que, implícita y a menudo de forma explícita, explican y dirigen los procesos de trabajo en la redacción. Estos valores no están fuera del alcance de la comprensión de los periodistas.

En realidad los valores/noticia se encuentran presentes y continuos en las interacciones cotidianas entre los periodistas. Pero sobre todo establecen claras y disponibles referencias a conocimientos compartidos sobre la naturaleza y la finalidad de las noticias, referencias utilizadas para facilitar la compleja y rápida elaboración de los noticiarios.

Otro de los valores/noticia añadidos a la lista, es lo que Pérez Betancourt denomina “de pública sensibilidad social”, donde el interés humano se basa en actitudes y actividades humanas, esfuerzos individuales o colectivos para resolver un problema de una persona o de una comunidad (Pérez Betancourt & García Moreno, Dinámica de la noticia, 2006: 15-17).

Cuanto más cualidades exhibe un acontecimiento, mayores son sus posibilidades de ser incluidos. Los sectores, argumentos o bloques temáticos representados como ampliaciones de la esfera informativa pasan a ser “noticiados” en la medida en que se ajustan y definen los valores/ noticia.

El interés de la historia se une a las imágenes del público que poseen los periodistas y también al valor/noticia que Golding y Elliott definen como “capacidad de entretenimiento”. Son interesantes las noticias que tratan de dar una interpretación basada en el interés humano (Golding-Elliott, 1979).

En la información televisiva, la valoración de la noticiabilidad de un hecho, está en consonancia con la posibilidad de que este proporcione imágenes que no sólo respondan a los normales estándares técnicos, sino que además ilustren los puntos sobresalientes del acontecimiento noticiado.

La hegemonía de los medios supone la emisión de imágenes y sonidos homogéneos que no responden a la heterogeneidad cultural y a la diversidad social. Los Medios poseen una función ideológica muy importante, ya que tienen la posibilidad de contribuir a cuestionar o reforzar las actitudes sociales y culturales prevalecientes.

En algunas sociedades la tendencia predominante se dirige a naturalizar las relaciones sociales de subordinación, sea por inercia (al no cuestionar, se reproduce y refuerza), sea porque la política del medio se orienta más a defender el statu quo, a aumentar las ventas optando por lo que sea más rentable (ejemplo: mujer-objeto ayuda a tener mayores audiencias o vender productos).

Por ello, la aplicación de un enfoque de género en los audiovisuales no se limita al tratamiento discursivo donde se asocian las concepciones atribuidas a mujeres, sino que la misma considera las construcciones sociales y asignaciones a lo considerado femenino o masculino.

La representación mediática de las mujeres en los espacios noticiosos es mayor en aquellas secciones informativas que tienen que ver con temas Sociales y Culturales.

En estas secciones se presentan las mujeres como un todo único, homogéneo, sin reparar en su pluralidad y multiculturalidad, descontextualizadas de sus realidades particulares. La influencia de las imágenes no solo es un punto de partida, sino que es el inicio del despliegue de características de un hecho noticioso.

Otro de los elementos imprescindible en este análisis es el texto verbal, tan importante como las imágenes. El periodismo televisivo tiene características propias que lo distinguen, en él las imágenes contienen la verdadera noticia y el texto apoya con datos que los relatos visuales no muestran.

Las imágenes actúan como un todo dentro del informativo, donde proporcionan aquellas informaciones que no pueden ir acompañadas de imágenes, además de actualizar y completar las noticias contenidas en un reportaje filmado.

Los medios se encargan de perpetuar estereotipos y roles donde los hombres son los protagonistas del ámbito público y la mujer se relega al privado. A la mujer se le asigna características como sensibilidad, cuidado, papel auxiliar del hombre, mientras que al hombre se le atribuye valentía, fortaleza, capacidad de liderazgo. Esta diferenciación va a marcar a su vez los diversos ámbitos en los que ambos sexos se desempeñan.

La manera de presentación de las noticias “radica en la habilidad de traducir valores/noticia dados por descontados en reglas de producción” (Golding-Elliott, 1979:113), entonces los criterios de la importancia y del interés encuentran también espacio en la fase de presentación, y hacen entrar en juego a quien debe estar interesado en las noticias, es decir, al público.

Los receptores del mensaje mediático no son unidades aisladas, sino sujetos históricos y condicionados por un amplio contexto que sobrepasa a un mero sistema comunicativo que lo incluye y lo trasciende.

La presentación de un fenómeno noticioso incluye la naturaleza social de las representaciones sociales. Según Denise Jodelet (1989), para que un objeto o hecho social devenga objeto de representación: debe aparecer en las conversaciones cotidianas, estar presente en los medios de comunicación y debe hacer referencia a los valores sociales propios del contexto social particular (Álvarez Suárez, 2011:25).

Por tanto, si la información de masas resulta una actividad mucho más compleja que el simple reflejo de los acontecimientos, su producción aparece como un proceso comunicativo que implica muchas variantes heterogéneas.

Por este camino la comunicación de masas se encuentra cada vez más situada y estudiada en un marco general, que explica algunas de sus determinaciones y funcionamientos.

Los Medios de Comunicación no solo reflejan la realidad sino que la construyen; dan un sentido de la realidad. Apelan al uso de un lenguaje sexista, no sólo en el género informacional sino de manera especial en los géneros narrativos y de ficción, como la publicidad y los programas de entretenimiento.

Aplicar la Perspectiva de Género implica el pensamiento y el conocimiento; significa una alusión a la necesidad de no excluir a las mujeres en lengua y habla. Se trata de registrar, mediante la palabra, su presencia y su participación en todas las instancias sociales, de visualizarlas.

Desde el punto de vista de las interacciones entre los seres humanos y las identidades diversas creadas como resultado de esas interacciones, hacen que la construcción de la realidad sea un proceso complejo y profundo, que media a nivel social e individual.

Los trabajos sobre el Newsmaking en su conjunto constituyen un buen ejemplo, de estas interacciones, porque evitan rígidos determinismos y fáciles mecanicismos, para explicitar más bien las influencias mediatizadas e indirectas (pero no por ello ineficaces). La televisión tiene la capacidad de integrar imagen y sonido, condiciones que permiten afianzar y perpetuar ideologías y conductas hacia temas que inciden en la psicología personal del receptor.

Al marcar la importancia de la televisión como medio para afianzar ideologías, modos de hacer decir pensar y actuar; es importante recordar a Mauro Wolf, cuando cita a Cohen y expresa que si bien la prensa no logra, la mayor parte del tiempo decirle a los receptores lo que deben pensar, es capaz de decirle en torno a qué temas deben pensar algo (Wolf, 2005).

La información televisiva diaria desplaza a los medios impresos en cuanto a la presentación de situaciones que de forma subjetiva serán aprehendidas y reproducidas en el quehacer cotidiano.

Este efecto se transmite de igual modo con escenarios con la conformación de idearios basados en distinciones raciales, sexuales o sociales. Las televisoras, de cualquier tipo deben tener en cuenta que la consolidación de estereotipos sexuales

indica el predominio y consolidación de sociedades patriarcales establecida con anterioridad.

La televisión es un medio masivo en el que el público solo acepta lo que conoce de antemano, la incursión de prácticas nuevas lleva a un estado de recelo. Los cambios en la estructura de sus programaciones deberán ser graduales y acertados. Un cambio que no contemple la necesidad de identificación del receptor con el medio puede ser fallido.

Los televidentes prefiere ver en la pantalla su realidad personal; un producto informativo que se corresponda con la complejidad de cuánto le ocurre y cómo le sucede en la cotidianidad; que no solo sea capaz de entretener, sino hacer pensar e incluso alertar sobre las dificultades de la sociedad.

La representación mediática de hombres y mujeres gira en torno a visibilizar lo que pasaba desapercibido por ser considerado “natural²”. En ocasiones la preferencia por la representación masculina opaca la participación de la mujer en los espacios públicos.

El hecho de que las mujeres se incorporen a los medios de manera desproporcional, en roles asignados por tradición: como madre-esposa abnegada/objeto sexual/víctima indefensa/trabajadora de empleos “femeninos”, etc.; contribuye en gran medida, a reforzar las ideas preconcebidas y a perpetuarlas (Burch; 2011).

En las últimas décadas las redes de comunicación de género ponen su esfuerzo mayor en considerar a las mujeres como sujetos de la información y la comunicación y no solo en criticar su explotación como objetos e imágenes.

“El interés de los lingüistas por la lengua de los medios de comunicación ha ido creciendo paulatinamente, aunque con cierto retraso respecto de la importancia y trascendencia social que ha adquirido esta variedad difásica del idioma” (Casado Velarde, 3^a ed.1992:s/p).

La comunicación desde la Perspectiva de Género, implica un empeño mayor que el de erradicar el sexismo en el lenguaje e incluir a las mujeres en el acontecer noticioso.

² Apoyado en las diferencias biológicas, se considera natural que las características atribuidas a lo femenino se considera inferior a las atribuciones de hechas a la masculinidad.

No se trata de, como se pretende en ocasiones, escribir, informar y hablar sobre mujeres; es ir más allá de los estereotipos de género, que aun, se presentan en las rutinas productivas, prácticas noticiosas y productos comunicativos.

La concepción de lo masculino y lo femenino es un efecto socio-cultural, determinado a través de la historia; por lo que el interés de los medios de comunicación es promover nuevos juicios de valor sobre estas categorías; aun cuando los medios no son los únicos encargados de transmitir los nuevos valores, el objetivo de este trabajo es detenerse en la forma en que se asume la perspectiva de género desde la noticiabilidad.

Un enfoque de género el lenguaje no implica lograr una equidad en cuanto al empleo de “las y los”; aunque sería un paso de avance para eliminar la concepción de la pluralidad masculina como generalidad. Colocar una pareja de locutores, hombre y mujer, en la presentación de un espacio televisivo no responde a las necesidades de inclusión que defiende la perspectiva de género.

El investigador español Miguel Rodrigo Alsina define el discurso periodístico como aquel que transmite un saber muy específico: la actualidad. La efectividad de este tipo de discurso no está en la persuasión, o sea, en el hacer creer, ni en la manipulación, entendida como el hacer-hacer, si no el hacer saber, o, dicho de otro modo, en su propio hacer comunicativo (Alsina, 1989).

El discurso se entiende como la vía para comunicar, de forma verbal o no, lo que se siente a fin de persuadir o provocar interés sobre un determinado tema. Constituye una interacción social, situada en un contexto específico, donde los participantes, miembros de grupos y culturas determinadas, comparten normas, códigos y conocimientos.

El discurso es el lugar donde los sujetos construyen el mundo como objeto y se construyen a sí mismos, es el espacio donde se produce la interiorización de la exterioridad y la exteriorización de la interioridad (Satriano, 2000)

Esta investigación requiere analizar no solo al discurso periodístico sino también al discurso desde una perspectiva de género, relacionando con el campo de investigación.

Cuando el discurso se construye desde la perspectiva de género se enfoca en mantener y hacer aportes que demuestren la igualdad social de hombres y mujeres.

Su principal objetivo es indicar los roles que desempeñan éstos en la sociedad y desmontar el mito de la objetividad a favor de un cambio inclusivo.

La lengua es la materia prima por excelencia con la que se estructura el discurso mediático en cualquiera de sus soportes, y la regla de oro de su utilización periodística es la síntesis, brevedad y concisión de lo dicho. A fin de establecerlo como realidad creíble.

Cuando el discurso se construye desde la perspectiva de género se afianza no solo como detractor de utilizar un lenguaje sexista sino como elemento que develaría las desigualdades construidas a partir de las diferencias biológicas.

De manera que su interrelación crece a medida que aumentan los estudios sobre el tema; ubicando dicha perspectiva como parte indispensable de los discursos transmitidos por cada uno de los integrantes de la sociedad, en especial el de los medios de difusión masiva.

El entendimiento de la relación entre la Teoría de Género y la teoría de la Comunicación, su interrelación con los estudios del Newsmaking, los valores/noticia y las prácticas discursivas suponen a su vez relaciones sociales que influyen de forma directa en las concepciones del género y la manera en que los medios de Comunicación las proyectan.

CAPÍTULO II: CARACTERIZACIÓN DEL DISCURSO PERIODÍSTICO DEL NOTICIERO AL DÍA DE TELE CRISTAL.

Después de relacionar las principales teorías y metodologías que se correspondientes al objetivo, se hace necesario aludir a los resultados investigativos.

2.1 Tele Cristal: un Acercamiento a su Política Editorial. Caracterización del Noticiero Al Día

El principal fin de un análisis al discurso periodístico que presenta el Telediario **Al Día**, es corroborar la interrogante que surgió meses atrás después de relacionar la Perspectiva de Género con los elementos fundamentales de la comunicación y del periodismo como mecanismo indispensable para reforzar conductas y crear o reafirmar estados de opinión pública.

La puesta en vigor del Plan Nacional de Seguimiento a la Conferencia de Beijing como parte de la Estrategia Nacional de Desarrollo, aplicada desde el triunfo de la Revolución en 1959, representa el primer paso para la eliminación de estereotipos sexuales. Este dicta la política y estrategia que deben seguir los medios de comunicación a fin de excluir la discriminación por cuestiones de sexo.

Los Medios audiovisuales resultan un objetivo a priorizar en la aplicación de dicha estrategia de desarrollo por ser un poderoso medio de influencia e información. En este estudio, la investigadora decide escoger un canal de televisión de tipo regional, o telecentro como se conocen en Cuba.

Los telecentros surgen con el objetivo de mantener informada a la población de determinada región sobre los principales acontecimientos acaecidos durante la jornada. La estrategia de la Revolución de crear telecentros en regiones rurales y urbanas del país resultó vital para reforzar y divulgar la ideología revolucionaria y los primeros y principales cambios políticos desde 1959.

Así surge Tele Cristal. Este telecentro ubicado en la cabecera municipal de la provincia Holguín, se funda como telecentro el 16 de abril de 1986. Su principal objetivo es recrear el acontecer noticioso y social de la provincia de Holguín y sus municipios.

Los intereses informativos de cualquier medio de prensa están sujetos a las consideraciones no solo de los interesados, sino, además de quienes dirigen los procesos productivos, quienes la producen, los periodistas y agentes externos y de sus receptores.

En Cuba los Medios de Comunicación se rigen por una política editorial e informativa que responde a los intereses de sus funcionarios y directivos. La política editorial que se aplica en Cuba, está en concordancia con la política editorial nacional, que se modifica y modela conforme a las características específicas del medio y del territorio donde se ubiquen.

La televisión como medio masivo de mayor alcance y cercanía al público, aplica la Política de Programación Nacional y por la Política Editorial diseñada por el Buró del Comité Central del Partido; elementos que se unifican con la propia política editorial creada por el medio y aplicada en concordancia con la orientación oportuna del director del medio de prensa.

Tele Cristal también sustenta su política editorial en la Política de Programación del Sistema Nacional de Televisión, la misma está sustentada en un conjunto de lineamientos generales, con el propósito común de servir a nuestro pueblo y a los intereses del Estado.

El canal tiene un horario de transmisiones de dos horas y treinta minutos (de lunes a viernes); mantiene una programación de 17 programas: En Primer Plano, A Buen Tiempo, Visor por dentro, El Pintorcillo, Conmemoraciones, Lente Deportivo, Para Tocar el Cielo, Espiral, En Familia, Rumores de la Campiña, Cuando Asalta la Memoria, Confluencia, Llégate, Cine Clik, La Tarde; la revista variada Viernes Sábado y Domingo, con 8 secciones, y el Noticiero **Al Día**.

El objetivo de sus programas es reflejar la vida y los intereses del país, temáticas que por su lenguaje refuercen o amplíen elementos propios de la idiosincrasia y la identidad cubana.

El noticiero **Al Día** funciona como noticiero resumen del canal, mantiene cinco ediciones semanales correspondientes a los comprendidos entre el lunes y el viernes. Diseñado para un espacio de transmisión de 12-13 minutos y destinado para un público general.

Sus principales objetivos son reflejar con el máximo nivel de actualidad e inmediatez, el acontecer noticioso de los territorios de Holguín y ofrecer información oportuna al receptor de aquellos eventos de carácter nacional e internacional que puedan resultar de interés social.

Entre los intereses que persigue está el orientar, educar y movilizar al pueblo hacia el cumplimiento y materialización de los propósitos supremos de la Revolución.

El noticiero debe, ante todo difundir contenido de acuerdo con los intereses informativos de la provincia y el municipio Holguín en particular. De modo que debe transmitir información de última hora y trabajos periodísticos vinculados a la actualidad noticiosa.

Tiene un tiempo al aire de 12 minutos, por lo que los materiales transmitidos no deben exceder dos minutos, incluyendo los llegados desde las corresponsalías de Moa, Gibara, Mayarí.

El noticiero mantiene una estructura simple, pues incluye solo dos secciones fijas, El Tiempo y En Forma, la sección dedicada a los deportes.

Está concebido como un espacio con una visión de rapidez, inmediatez, donde lo primordial es publicar el acontecimiento de mayor relevancia.

En concordancia con la Política del Buró Político del Comité Central del Partido Comunista de Cuba, el director de cada Medio de Comunicación es el responsable, de modo personal e intransferible, de la ejecución de la política editorial e informativa trazada por cada órgano de difusión masiva; lo que establece que los contenidos emitidos por el espacio **Al Día** deben cumplir ante todo con esta política.

La Política de Programación Nacional, establece que cada programa transmitido por los medios de comunicación debe cuidar el balance de temas, evitar la reproducción de estereotipos culturales y sociales; además debe contribuir de manera eficaz, con elementos que permitan la aplicación de un enfoque de género correcto, a la difusión de la imagen y el papel que desempeñan las mujeres en la sociedad y evitar el reforzamiento de estereotipos sexistas (Partido Comunista de Cuba, 2011:1-5).

El documento aclara que “no deben existir vacíos informativos, los supuestos temas tabúes”. Es imprescindible potenciar los ejemplos positivos y los valores de nuestra sociedad, favoreciendo el cambio de conductas inadecuadas que inciten a la discriminación por cualquier concepto (Partido Comunista de Cuba, 2011:1-5).

En el Plan de Acción Nacional de Seguimiento a la Conferencia de Beijing, se especifica que la utilización de sus acuerdos debe constituir la piedra angular para el desarrollo de políticas que velen por la continuidad y el desarrollo de la igualdad de género en Cuba.

En el acápite Mujeres y Medios de Comunicación se concretan las estrategias que seguirán los medios de difusión masiva para incorporar a su política editorial el tratamiento equitativo de hombres y mujeres, además de evitar toda referencia a estereotipos o discriminación por cuestiones de sexo.

Como parte de esta investigación se aplicaron una serie de entrevistas a fin de conocer cómo se dicta y aplica la política editorial en los espacios informativos, específicamente en el noticiero Al Día objeto de estudio.

En la entrevista realizada al responsable de dictar y aplicar la política editorial Arcel Rodríguez, Director del Telecentro, se pudo constatar que la misma se aplica en concordancia con las disposiciones existentes sobre la no discriminación por cuestiones de sexo.

Según Rodríguez en el noticiero Al Día la política editorial se orienta de modo que muestre un resumen informativo sobre los acontecimientos de mayor peso noticioso.

Señala además que los acápites del Plan Nacional de Seguimiento a la Conferencia de Beijing (PNSCB) se integran a la política editorial del canal y del noticiero, pero que la posibilidad de que se conozca cada uno de los artículos destinados a los medios de comunicación es muy escasa.

Existe una discordancia en cuanto a la aplicación de lo establecido por los documentos rectores de la política informativa destinada a los medios de prensa nacionales y lo mostrado por el noticiero, pues se evidencia un desconocimiento de lo convenido en el PNSCB.

Rodríguez añade que los periodistas que tributan al noticiero Al Día, trabajan bajo la máxima de destacar la figura de la mujer en roles no tradicionales; buscando siempre la variedad de materiales de manera que se ejemplifique con patrones reales y motivo de noticia.

No obstante de la opinión del director, la aplicación de la perspectiva de género no funciona, como se ha explicado anteriormente, un tema en particular y la representación de las mujeres en puestos de trabajos que tradicionalmente han sido atribuidos a los hombres, no demuestra la eficacia de un enfoque de género en la aplicación de la política editorial del telediario.

Otro aspectos en los que se indagó en las entrevistas, fue acerca del conocimiento de los artículos relacionados con el papel desempeñado por los medios en la

aplicación de un adecuado enfoque de género por parte de los periodistas y directivos del noticiero.

La Jefa de departamento Programación e Informativo y Directora General del noticiero Al Día, Marly Heredia, explica que la estrategia editorial del noticiero no imposibilita el uso de los artículos del PNSCB relacionados con la no discriminación por cuestiones de sexo; sin embargo la difusión y conocimiento entre los periodistas es escaso.

Abdiel Bermúdez, redactor y reportero del espacio, explica: “**Al Día** se hace eco de informaciones que se colocan en el guión del programa, mas no se trata de una decisión nacida de la política editorial; se condiciona por el tiempo de duración del material y la determinación de quien escribe el programa ese día”.

Bermúdez indica que la decisión de trabajar desde la perspectiva de género nace del interés del periodista, pues en la política editorial no se exige su aplicación más allá de la no discriminación por cuestiones de sexo.

Estas opiniones evidencian que la escasa divulgación de los acuerdos del PNSCB en la redacción informativa del noticiero, influye en cómo los periodistas asumen la perspectiva de género desde concepciones particulares, basadas en conocimientos o experiencias previas.

El interés de las entrevistas no solo se restringió al cumplimiento del PNSCB, sino que se examinaron elementos vinculados a la presentación del programa y el empleo de una pareja de locutores y sus posibles atribuciones.

De acuerdo con Hugo E. Cruz, Director del noticiero y miembro de la Dirección Creativa y de Producción, la colocación de un hombre y una mujer como locutores no guarda relación alguna con la búsqueda de la equidad en la representación de roles, y sí con la garantía de la identificación del programa mediante esas personas asignadas a esta tarea.

Hugo E. Cruz agrega que en caso de la falta de un de los locutores la sustitución es fácil y no provoca rupturas visuales en cuanto al presentación en pantalla, “si el programa tuviese un solo locutor, el reemplazo se hace más difícil pues si el locutor habitual es hombre y se emplea una mujer la discordia en la presentación es mayor. El programa necesita, ante todo, personalizarse y este aspecto se afectaría si fuese un solo presentador o presentadora, no importa el sexo”.

El criterio de la Jefa de Departamento Programación e Informativo, es que en la conducción del programa se tiene en cuenta la presencia de ambos sexos, “además los materiales presentados indican que existe un equilibrio entre hombre y mujeres, pero siguen siendo mayoritarias las secciones presentadas por hombres, pues El Tiempo y En Forma tienen conductores masculinos”.

Este juicio trae consigo una discordancia en cuanto a lo opinado por el director de emisiones, pues si la colocación de esta pareja de locutores no responde a intereses de la perspectiva de género, la concepción de que existe una equidad basada en este aspecto es errónea.

Aun cuando el programa mantiene una política inclusiva para hombres y mujeres, apoyada en la colocación de una pareja de conductores, este hecho no demuestra que se aplique correctamente un enfoque de género.

La verdadera polémica no reside en la cantidad de hombres o mujeres que trabajan en el programa sino cómo se proyecta la construcción social respecto a hombres y mujeres, de modo que se integren en un proceso único.

Como parte de este estudio se inquirió en la relación de los materiales presentados y la decisión de los periodistas de abordar dichos trabajos desde la perspectiva de género.

Marly Heredia Directora general del noticiero explica: “el mayor sostén de la perspectiva en los trabajos informativos figura cuando la periodista que atiende el sector de la FMC realiza un trabajo sobre este. Pues como su fuente de información primaria es esta institución, se vincula a las principales actividades e investigaciones sobre el tema. No obstante de forma implícita cada trabajo periodístico remite en alguna medida a los logros, dificultades de la mujer en su quehacer diario”.

La Perspectiva de Género, como se ha explicado anteriormente, no funciona como un tema o asunto motivo de noticia; y realizar o buscar materiales donde se vincule la vida profesional de las mujeres y su desempeño, no significa que los trabajos informativos incluyan la mirada desde la perspectiva de género.

Asociar las actividades e informaciones que produce la FMC como organización, no indica el tratamiento adecuado de los materiales informativos desde la perspectiva de género.

Otra de las técnicas investigativas utilizadas fue la observación participante, en la que se pudo constatar que debido a la división del trabajo periodístico en sectores, los periodistas consideran que como hay una periodista mujer, que se ocupa de esta organización la aplicación del enfoque de género está vinculada a la publicación de sus trabajos periodísticos.

Haydeé Vera, redactora y reportera de prensa manifiesta que “cada medio de prensa asigna periodistas para atender temas de la mujeres, lo otros reporteros lo abordan por el hecho noticioso que genera o por preferencia personal. La generalidad de los periodistas no siempre lo hace”.

De acuerdo con las concepciones de los periodistas y lo expresado en las entrevistas, en el noticiero Al Día se publican generalmente informaciones breves sobre el acontecer de la provincia de Holguín, lo que condiciona que no se incluyan trabajos periodísticos más profundos realizados desde una perspectiva de género.

Es válido recordar que la perspectiva no funciona como un tema para desarrollarlo en un producto periodístico sino que es una categoría que se integra en cada material informativo.

Los resultados de las entrevistas indican que los periodistas consideran que el tratamiento de los hechos noticiosos desde la perspectiva de género es aleatorio, pero no intencionado en la mayoría de los casos.

La investigadora opina que debe analizarse que todo material periodístico puede trabajarse desde dicha perspectiva, pues no es un hecho teórico aislado de la realidad, más bien se inmiscuyen en la construcción social que presentan los medios.

Las entrevistas aplicadas arrojaron que la inclusión de un enfoque de género en los materiales periodísticos se hace de acuerdo con las concepciones particulares sobre el tema de redactores y periodistas. Los periodistas no tienen un concepto específico para situar las cuestiones relacionadas con el género.

Otro de los aspectos analizados en las entrevistas fue acerca del proceso de selección y tratamiento de las fuentes, donde se refirma el planteamiento de que en los órganos de prensa, las fuentes de información son rutinarias o tradicionales (Barreda, Segura y Nápoles, 1991).

Cuando se indaga por la mayor aparición de la figura masculina utilizada como fuente de información, existe una inclinación entre las opiniones de los periodistas hacia la “búsqueda del equilibrio entre hombres y mujeres”.

Los redactores en las entrevistas suponen que la presencia de la figura masculina como fuente de información es mayor en los géneros periodísticos por la propia construcción de la sociedad, debido a que los hombres continúan siendo los protagonistas de los espacios públicos, son ellos las fuentes más comunes.

No es que exista una preferencia directa hacia el empleo de fuentes masculinas, la prevalencia del “sexo fuerte”, está determinada por su rol en la vida política y socioeconómica.

En el proceso de selección de fuentes, los reporteros admiten que dicha selección no es tan equitativa como se pretende, pues existe una distribución de roles genéricos basada en las relaciones de poder social, además los periodistas prefieren valerse de directivos para otorgarle mayor significación a la información.

Otro de los resultados obtenidos por las entrevistas a los periodistas del espacio fue la evidente predilección de utilizar dirigentes y ejecutivos como fuentes directas de información que versa sobre la posibilidad de destacar a los hombres, pues son ellos quienes generalmente ocupan estos cargos.

La justificación de la distinción entre hombres y mujeres, está dada, según los periodistas, por el tratamiento que impone el acontecimiento noticioso y por la construcción social que desprende el propio hecho noticioso.

El uso adecuado del enfoque de género en las rutinas productiva, se aleja un tanto de lo que plantean los valores/noticia tradicionales desde los que construye el discurso periodístico actual.

Los periodistas indican que los valores/noticia que más emplean son la actualidad, repercusión o consecuencia de los hechos, el impacto de determinado suceso y la proximidad de los acontecimientos.

Escoger temas de interés social, prominentes, originales y que engloben proximidad al espectador de la noticia, permite que se incluyan en los materiales periodísticos temas que vivencien la sociedad desde diversos puntos de vista, incluyendo la perspectiva de género.

Los periodistas que tributan al noticiero **Al Día**, indican que no dejan de reconocer la importancia de los valores/noticia para la construcción de la noticia, indican un uso de la actualidad y repercusión, y explican que cada material informativo se elabora basado en la objetividad, por lo que algunos tópicos quedan fuera de esta selección.

La perspectiva de género aboga por el desmonte del mito de la “objetividad periodística”, basada en que este presupuesto coloca en el ámbito público el desempeño masculino como lo noticiable y se aleja de la representación informativa del ámbito cotidiano, privado, el que históricamente se atribuye a las mujeres. El desarrollo de este proceso provoca la reafirmación de arquetipos sociales, donde la mujer aparece invisible.

Si bien es cierto que las rutinas productivas consiguen indicar el tipo de fuente del que puede valerse el periodista, este es el encargado de otorgarle a su producto noticioso la variedad que necesita para triangular la información y evitar el afianzamiento de estigmas sociales de carácter sexista.

Como parte de la observación participante efectuada al noticiero se apreció que la presencia de las mujeres como protagonistas de noticias es más visible en fechas determinadas.

En concordancia con el período analizado la mayor frecuencia de mujeres como protagonistas de informaciones periodísticas fueron las transmitidas durante los días inmediatos al 8 de marzo.

Ana Gloria González, periodista del noticiero que atiende la FMC como organización, manifiesta que “en estos días se escogen para su publicación trabajos sobre una o un colectivo de mujeres que se destaque y alcance transcendencia social”.

Resaltar el desempeño social de las mujeres en esta fecha ni implica que el tratamiento de las noticias desde la perspectiva de género sea el indicado.

Entre los redactores del noticiero y sus reporteros existe la opinión que se trabaja desde la perspectiva en fechas relacionadas al ocho de marzo, el día de las madres, entre otros eventos que tienen como principal protagonistas a las mujeres.

La propensión de los periodistas es a presentar a las mujeres como sujetos capaces de proyectarse en otras esferas en las que tradicionalmente no se concebía su presencia, cuando la inclusión de la perspectiva de género acaba con el mito de la colocación y estereotipación de roles dirigida hacia mujeres y hombres.

No es menos cierto que en esta fecha se da un tratamiento “especial” a las labores que desempeñan las mujeres diariamente y que se exaltan en este día. El hecho de que exista un momento señalado para reconocer la función social de las mujeres no significa que solo en este día se deba las mujeres merecen ser parte de la agenda mediática.

No se trata de vanagloriar a las mujeres por su condición de trabajadoras, pues de este modo se reafirma la creencia de que las mujeres son seres frágiles, destinadas a trabajos domésticos no asalariados. La promoción de las representantes del sexo femenino como personas integradas al proceso de producción de bienes y servicios, evidencia cierto avance en la inclusión de temas que no se incluían en la agenda del medio por no significar interés de las audiencias.

No se trata de cuantificar la cantidad de mujeres que aparecen en los acontecimientos noticiosos, sino de distinguir que son personas capacitadas para desempeñar cualquier rol social.

En los materiales analizados, se muestra a las mujeres como sujetos integrados a esferas sociales, en las que no se concebía su presencia. Precisamente la perspectiva de género acaba con el mito de la colocación y estereotipación de roles atribuidos a hombres y mujeres por su “condición de diferencia biológica”.

Esta atribución hecha a hombres y mujeres toma como punto de referencia las diferencias biológicas e implica una desigualdad cultural arraigada en las concepciones personales de los periodistas.

Una diferencia de sexos no indica que hombres y mujeres deban desempeñarse en labores únicamente diseñadas para ellos. Tanto hombres como mujeres son capaces de desarrollar con la misma capacidad actividades de cualquier tipo, estereotipar los roles sociales en los que deben desenvolverse ayuda a reafirmar las discriminaciones por cuestiones de sexo.

De acuerdo con los resultados de las entrevistas a los periodistas que tributan al espacio, las fuentes se escogen por afinidad, o se asignan. Cada reportero tiene asignado un sector y organización, lo que facilita buscar sus informantes por la fiabilidad y confianza que este ofrezca.

Es cierto que parte del proceso de la adecuación de la perspectiva de género en los materiales periodísticos inicia con la visibilización³ de las mujeres en el ámbito público, pero aunque su inclusión en tareas económicas implica cierto reconocimiento social, no merece más atención que cualquier otro hecho o evento noticioso, y mucho menos que se haga de esto un hito.

La presentación y atribución de cualidades “femeninas” a las mujeres en los productos audiovisuales fue motivo de análisis en las entrevistas.

Según el editor Alexis Barredo, “la búsqueda de atributos femeniles en los planos para la gráfica de los materiales se hace por una cuestión de estética”.

Aquí puede influir la apreciación personal del camarógrafo, pues en este caso el 100% de los que tributan al espacio son hombres añadiendo sus concepciones personales a los materiales filmados.

Como resultado, del análisis del proceso de selección de imágenes y planos para graficar la figura femenina se constató la tendencia existente de mostrar cualidades de delicadeza y belleza, gracia, propias de su “condición biológica”.

El enfoque de género propone ante todo acabar con la distinción biológica entre sexos, pues la desigualdad genérica es un fenómeno cultural y no biológico.

Mediante las entrevistas se buscó conocer la manera en que los periodistas conciben el discurso periodístico.

El 88% de los entrevistados confirmaron la inclinación hacia la utilización del masculino como genérico en la creación de los mensajes informativos.

La presentación en pantalla no solo incluye imágenes sino que se compone además del lenguaje escrito. Cuando se inquiriere en los elementos que se tienen en cuenta para elaborar el discurso periodístico a fin de evitar marcas sexistas, los periodistas coinciden en la evidente inclinación hacia el empleo del masculino como genérico.

El uso del masculino como genérico implica una permanencia de rasgos de aparente machismo, ya sea de forma intencional o natural, que confirma la permanencia de las mujeres como seres inferiores. No se trata de crear un discurso cargado de repeticiones innecesarias. La concepción de mensajes informativos que reproduzcan estereotipos sexistas, está más allá de escribir las y los, de incluir y repartir por igual los roles sociales.

³ Término utilizado por los recientes estudios sociales sobre género.

La tendencia de los redactores a emplear el masculino como genérico se corresponde a criterios personales, de modo que el discurso imposibilita la presencia de las mujeres en las agendas mediáticas.

El discurso periodístico se convierte en el reflejo de la realidad y de la sociedad que lo utiliza. Si quienes lo conforman para su salida al aire conserva rasgos clasistas, racistas o sexistas el mensaje que transmite también los es.

El sexismo en el lenguaje del espacio **Al Día**, se vincula y justifica a partir de la preponderancia de hombres como fuentes de las noticias.

Algunos periodistas alegan que el hecho de utilizar un lenguaje inclusivo⁴, necesita de mucho más tiempo en pantalla; característica que afecta el material a transmitirse por el tiempo de duración del telediario.

Los y las periodistas consideran que el tratamiento dado a hombres y mujeres en el discurso periodístico “es equitativo en la totalidad de los trabajos, aunque existe una propensión a utilizar el masculino genérico para referirse a hombres y mujeres”.

En las entrevistas cuando se indagó en lo referente al uso de un lenguaje inclusivo, se advirtió un descuido por parte de los periodistas en el proceso de concepción y redacción del discurso, pues generalmente se habla en plural desde una perspectiva masculina, aunque hablar de inclusión en materia de comunicación no es decir “las y los”.

De acuerdo con estas opiniones, el discurso periodístico creado por los reporteros y redactores está cargado de marcas sexistas que invisibilizan a las mujeres como agentes activos en el mensaje informativo.

La investigadora considera importante señalar que la Perspectiva de Género no es el mero hecho de nombrar a las mujeres en los medios de comunicación, es un inicio en el cambio de mentalidad, pues si las mujeres no se menciona se invisibilizan y, cuando se da este fenómeno se vuelve al presupuesto donde las mujeres se relegan al ámbito privado y los hombres se apoderan de los espacios público, que implica la reafirmación de estereotipos de género de la sociedad patriarcal tradicional.

2.2 Análisis de los Resultados de Investigación

En los últimos cinco decenios se han alcanzado logros, que hoy damos por sentado, con el fin de prohibir y eliminar las discriminaciones de género. No obstante los

⁴ Los periodistas desconocen que existen manuales de lenguaje no sexista para construir el discurso periodístico.

cambios no han sido suficientes. Actualmente, los medios de comunicación tienen un peso social mucho mayor que antes, ahora funcionan como intermediarios entre las concepciones profesionales y personales de los directivos de los medios y las audiencias. En estos últimos 20 años, se ha producido un proceso de consolidación del lenguaje audiovisual.

Uno de los fenómenos más espectaculares que se produce es la influencia que causa la televisión en la vida cotidiana de una persona, estando marcada por las modas o tendencias observadas en ella.

Este antecedente asevera la idea de que la televisión es un importante medio para reforzar o construir idearios sociales; entre ellos la conceptualización de lo que resulta como femenino y masculino.

El discurso transmitido por los medios también funciona como elemento homogeneizador de culturas, concepciones sociales, tradiciones. Las diferentes estrategias discursivas empleadas por canales y programas televisivos varían de acuerdo con los intereses que persiguen cada uno de forma individual y, en ocasiones, como conjunto.

La presente investigación realizó un análisis al discurso periodístico del noticiero *Al Día*, que reveló cómo se confieren los valores/noticia a los mensajes informativos que presentan. Se analiza, además la presentación de los productos noticiosos, aspectos que influyen directamente en la construcción de lo considerado femenino y masculino en el noticiero.

El telediario **Al Día** no se compone de secciones especializadas lo que incide en su análisis; por lo cual la dimensión de la aplicación de la perspectiva de género en su hacer creativo e informativo, no es objeto de reflexión, sino un punto acrítico donde se reproduzca un status quo establecido; el androcéntrico.

El planteamiento de la investigadora parte del análisis de la representación que alcanzan hombres y mujeres, (profesionales que cubren los acontecimientos y personas entrevistadas), en las noticias que conforman el primer nivel informativo y que constituyen parte de la agenda pública.

La investigadora examinó la presentación, conducción y dramaturgia del espacio. La observación arrojó como resultado evidente la colocación de una pareja de conductores en el programa, un hombre (Guillermo Sarmiento) y una mujer (Idalmis

Castellanos). Mayoritariamente el representante masculino es quien presenta el noticiero y la mujer presenta los titulares en cada una de las emisiones analizadas.

Utilizar una pareja de locutores, hombre y mujer, no se debe a cuestiones relativas a la búsqueda de la equidad, como ya se explicó anteriormente en este capítulo.

El canal cuenta en calidad de contratos artísticos con un staff de 15 locutores y locutoras, de ellos 10 son mujeres de modo que las cuestiones de integración no guardan relación alguna con la selección de un sexo u otro.

Aunque puede decirse que existe cierta supremacía de voces femeninas para ser empleadas en los distintos espacios; no obstante, lo significativo no es la cantidad sino los temas y espacios a los que son asignadas.

En un noticiero resumen como Al Día, se publican trabajos que no se grafican por diversas cuestiones. Las posibles justificaciones estarían en concordancia con la inmediatez de la noticia, pues si es una noticia llegada a la redacción durante la transmisión del noticiero se entiende que no puede graficarse; existe la posibilidad de que sea una nota editorial o de carácter político.

Lo cierto es que cuando las noticias publicadas en el período analizado llegaban a la redacción del noticiero se asignaban al locutor, reafirmando la suposición de que las voces masculinas aseveran e imprimen mayor connotación al suceso acaecido.

De acuerdo con este análisis tres de los hechos presentados en el espacio no se graficaron y dos se dieron en voz del locutor y solo una en voz de la locutora.

Este elemento se manifiesta en la estructura de los guiones; donde se hace evidente que el orden de aparición de la locutora y el locutor en cámara está predeterminado y con pocas variaciones.

Como característica de la conformación de los guiones, en un 70,8% la estructura es invariable; de manera que el locutor siempre introduce el primer material, y la locutora lo haga de forma ocasional. El 29,2% se corresponde con la introducción de los dos primeros materiales por el locutor y el 0% lo representa las veces que es la locutora la que presenta el primer trabajo informativo.

Es necesario señalar que la voz de la locutora se utiliza en temas relacionados con procesos sociales, educación, salud, asistencia social. Según Pierre Bordieu y otros autores lo señalan, como uno de los elementos que ejemplifica la masculinidad hegemónica a nivel simbólico; se considera con más fuerza, mayor seriedad, más

responsabilidad, a la voz masculina y, por tanto, se prefiere para las notas oficiales que explicitan la posición del Gobierno y del Estado.

La utilización de la voz de la locutora representa un 37,5% del total de noticias analizadas (112), con una representatividad de 42 trabajos periodísticos, de ellos los trabajos sobre sociedad significan el 30,9%, cultura⁵ 28,6%, educación 12%; salud y asistencia médica el 7,14%. En este punto es destacable que aun cuando la tendencia es a que los temas relacionados con economía se les adjudiquen a los hombres por considerarse temas “duros⁶”, el 21,4 % de los materiales presentados por la locutora, correspondía temas vinculados con la rama económica.

Los locutores, Guillermo Sarmiento, habitual, y el que corresponde a la sección En Forma (Carlos J Remedios, Enrique Ajo o Noyre Aguilera), representan el 62,5% de los materiales presentados. El anunciador de la sección deportivo ocupa el 25,9% de las noticias presentadas por hombres.

En cuanto a la distribución de los temas económicos, políticos, sociales, culturales y de salud; la muestra determinó solo 1 material relacionado con la educación para el 2,4%; cultura y salud con 3 materiales para un 7,3%; sociedad ocupó el 17,3%. Los temas de mayor representatividad continuaron siendo la economía y la política con 51,2% y 14,6%, con 21 y 6 noticias respectivamente.

Los principales temas que integran la agenda mediática en el telediario son los referidos a la Política, Economía y Deportes. Este tipo de noticias podría decirse que son temas “duros” vs los temas “blandos”, constituidos por las noticias de segundo nivel que abarcaría la Cultura y los temas de Sociedad como Educación, Salud, Derechos humanos, Ciencia, Vivienda o Medio Ambiente.

En el tiempo escogido como muestra, se analizaron 24 emisiones y de ellas 112 materiales informativos. Al indagar sobre los temas de mayor frecuencia en el espacio durante este tiempo los resultados fueron los siguientes con en 32,14% los temas referidos a la economía se colocaron como puntera con 36 noticias sobre diferentes asuntos relacionados directamente con este sector.

Luego continuaron los temas relativos al deporte que se posicionaron en segundo lugar con 23 informaciones para un 20,5%; siguieron los asuntos relacionados con sociedad 14 trabajos para un 12,5%; cultura con el 13,39% y 15 trabajos; otros

⁵ Cuando se habla de la presencia de la mujer en temas culturales se refiere a su incursión en las artes escénicas.

⁶ Se consideran temas duros pues se atribuyen a los hombres preferentemente. Mientras que a las mujeres se le asocia con temas vinculados a la esfera de la vida social.

temas referidos a asuntos militares, instituciones del estado con 11 trabajos para 9,82% y los asuntos científico-técnico-profesionales ocuparon el 6,25% con 7 materiales representativos.

El balance de géneros periodísticos también fue motivo de análisis. Es importante alegar que debido a la duración temporal del noticiero, y funcionando este como resumen de la jornada, el balance de género se inclina mayoritariamente hacia la información; pues en las 24 emisiones del telediario se publicaron 104 informaciones, como género periodístico predominante, para un 92,8%.

El este orden se sucedieron 6 comentarios para el 5,4%, y 2 crónicas para un 1,8%. Uno de los aspectos que llama la atención en este punto del análisis es la no utilización de entrevistas o reportajes en la conformación del resumen informativo del territorio.

La observación realizada por el término de tres meses, tiempo escogido para la selección de la muestra, comprobó que dos de los espacios del noticiero, incluyendo la sección de deportes son presentadas por hombres: *El Tiempo* y *En Forma*. De manera que existe una preferencia por la utilización de voces masculinas a fin de darle mayor connotación a la información.

El espacio destinado a la información de *El Tiempo*, el de menor duración (un minuto cuarenta y cinco segundos), no ocupa presentador; el locutor está en off.

Por otro lado, la sección *En Forma*, de casi tres minutos en pantalla, ocupa el mayor espacio para informaciones relacionadas con el quehacer deportivo de la provincia. Esta sección tiene varios locutores y todos son hombres (Enrique Ajo Parra, Carlos Julio Remedios y por Noyre Aguilera Montaña), este espacio lo presentan periodistas, pero nunca ninguna mujer se ha ocupado de la presentación de noticias del ámbito deportivo.

Los reporteros que se encargan de buscar y transmitir las noticias relacionadas con el acontecer deportivo son todos hombres, pues la inserción de las mujeres en estos temas está viciada por la creencia de que los deportes es un área de hombres únicamente.

Los temas referidos al desempeño deportivo todavía se adjudican los hombres, incluso cuando se logra una inclusión de las mujeres en el ámbito deportivo del país.

En el rango de tiempo analizado en correspondencia con la muestra, se desarrollaba la Serie Nacional de Béisbol, el Campeonato Provincial de Fútbol, el de Béisbol Masivo Provincial, eventos que favorecieron la representación de mujeres en sucesos deportivos, sin embargo su participación como protagonistas se redujo al Campeonato Nacional Femenino de Ajedrez.

Las noticias publicadas en este tiempo, exhiben a las mujeres como parte de la comisión organizativa, del equipo médico de los equipos o como parte de la masa que asiste a los enfrentamientos entre competidores.

La propia estructura social implica que la figura de la mujer sea menos incluida en eventos deportivos, sin embargo no es solo dicha estructura, sino las construcciones culturales que han asociado esta práctica con lo masculino, y de ahí su extrapolación al discurso periodístico.

En el caso de los trabajos relacionados con el Campeonato de Ajedrez Femenino, la imagen de la mujer se estereotipa. Los planos escogidos son planos medios, de detalle, enfocados sobre todo en las manos y rostros de las competidoras, aspecto gráfico que revela un acercamiento a la feminización extrema; enfocada a la búsqueda de la delicadeza y la suavidad que representa de modo tradicional la mujer.

Otro aspecto analizado fue la colocación de la imagen femenina en los trabajos periodísticos y la selección de planos.

No es menos cierto que la televisión es de planos cerrados y de cercanía para establecer una comunicación directa con el receptor.

La sección deportiva del noticiero en el tiempo examinado solo presentó un material representativo de la participación de la mujer en eventos relacionados con los deportes.

Este material se publicó el 8 de marzo del año en curso, en ocasión del Día Internacional de la Mujer. El mismo presenta a las mujeres protagonistas como preservadoras de la memoria gráfica del deporte en Holguín; desde un punto de vista es novedosa su incursión en estos ámbitos de la vida pública, sin embargo existe cierta tendencia a estereotiparla pues su participación es subjetiva y no objetiva.

La presencia femenina no es vista como un factor natural en el desarrollo de los eventos deportivos, a menos que el evento esté diseñado para su participación como protagonistas. Su participación en el discurso periodístico pasa de ser un discurso construido sobre la base de la presencia de la mujer en diversos roles a la mera presentación de las mismas en pantalla, de modo que su participación es vista como un ente ajeno al proceso que se desarrolla.

El trabajo se dedica al desempeño de las mujeres, no obstante las fuentes informativas utilizadas son hombres. La introducción de las imágenes, tienden a presentar artículos del museo y no la labor realizada en el museo; objetivo principal de la información periodística.

Desde la óptica de la presentación y correspondencia de las imágenes con el texto en ocasiones surge disyuntiva en cuanto al efecto provocado. La presentación de planos cerrados para destacar “cualidades femeninas”⁷ en las mujeres, un recurso explotado por periodistas y editores.

Las imágenes presentadas en televisión son más objetivas que un texto; no sólo el encuadre o la edición afecta a la percepción del público; el ángulo de la cámara registra la situación en la que se coloca el espectador o la espectadora que está viendo el telediario.

Las principales perspectivas de cámara expuestas en los programas analizados muestra que las personas aparecen en planos frontal, contrapicado y picado.

Las mujeres son tomadas más a menudo desde la posición que Millerson define como un emplazamiento más alto de la cámara, y por lo tanto, afirma que esas personas tendrán un aspecto más disminuido. Por el contrario, los hombres son tomados más a menudo desde un emplazamiento de cámara más bajo, que les da un aire de importancia y de confianza en sí mismos (Millerson G, 2001).

El saber escoger los planos y la colocación es un aspecto de sumo cuidado, un plano mal empleado puede transmitir diversos mensajes subliminales que tienden a la confusión y malinterpretación.

⁷ Estas cualidades se inclinan hacia la evidente diferencia biológica, perpetuada por los fenómenos y atribuciones sociales que devienen en desigualdad genérica, la determinación de estas supuestas cualidades femeninas están basadas en un modelo dicotómico de los considerado femenino y masculino, donde a unas se les atribuye la delicadeza, debilidad, ternura y a los otros la fuerza, virilidad, laboriosidad.

Los planos largos revelan el lugar, establecen el ambiente, muestran las posibles relaciones y siguen una acción amplia; pero si se mantienen mucho tiempo pueden privar al espectador de los detalles que está deseando ver.

Los planos cortos ponen énfasis, impresionan, dejan ver las acciones en pleno desarrollo y muestran los detalles; aunque pueden llegar muy limitados. Pueden impedir que el mensaje llegue al receptor de la forma indicada o deseada.

Cuando se presenta la mujer en puestos de trabajo no tradicionales se tiende a feminizar la acción realizada, aparentemente en la búsqueda de la mantención de un estereotipo de representación asignado, donde la mujer se identifica con cuestiones asociadas a la delicadeza, fragilidad y conservación de atributos considerados femeninos.

La concepción de la masculinidad y de la feminidad, responde a la conceptualización de las sociedades patriarcales dentro de las que la belleza se valora como el principal atributo de las mujeres; mientras que la fortaleza es la cualidad que marca a los varones como seres capaces de crear beneficios económicos con sus manos, sin valorar las cualidades de belleza física que pueden tener en su personalidad como macho protector heterosexual.

La idea de que los espacios públicos son masculinos, enfatiza en destacar la mantención de la feminidad; entendida como atribuciones externas asociadas a uñas pintadas, cabellos arreglados, entre otras.

Un elemento de importancia es que el 100% de los camarógrafos del canal y por ende del telediario son hombres por los que las concepciones de las cualidades atribuidas a ambos sexos pudiesen ser parciales, e inclinadas hacia la búsqueda de la belleza en la mujer y la masculinidad en los hombres.

El análisis de las cualidades atribuidas a las mujeres en las noticias, aparece una supremacía de cualidades tradicionales con el 82,1% y las cualidades emergentes solo se emplearon en 20 trabajos para un 17,9%.

Retomando la investigación de los objetivos perseguidos por el noticiero hay que declarar que su principal objetivo de **Al Día** es informar. De los 24 programas escogidos como muestra, se analizaron 112 materiales informativos; de los cuales 85 cumplían con el objetivo supremo de informar para un 75,8% los materiales presentados; el 13,3% cumplió con el objetivo de reflexionar acerca de un tema

determinado con 15 trabajos; 8 de los materiales, representando el 7,4% se dedicaron a la contribuir a la igualdad entre ambos sexos; mientras que solo 4 noticias contribuyeron a modificar actitudes para un 3,5% del total de la muestra.

De acuerdo con el criterio de construir un discurso periodístico que incluya términos en búsqueda de la igualdad entre hombres y mujeres se destaca el material presentado por el periodista Juan Gabriel Gordín, publicado el lunes 9 de enero de 2012 y en relación con el inicio de la gira nacional por Holguín de la cantante Rochy.

El material incluyen una amplia identificación con la Perspectiva de Género, teniendo en cuenta que la gira versa sobre la lucha contra la violencia de género, además la presentación en pantalla y el modo en que está estructurado alude a una apreciación e inclusión de un enfoque de género desde una óptica bien pensada.

En este trabajo existe un uso equitativo de las fuentes de ambos sexos, tanto en cantidad como en el valor y significación de lo planteado por cada una de ellas, sin establecer jerarquías entre los géneros.

La utilización de planos variados permite ubicarse en un tiempo y espacio informativo; se evitan aquellos elementos que coloquen a la mujer como un ser con súper poderes para desdoblarse en varias actividades diarias.

En el análisis de la representación de los roles desempeñados por hombres y mujeres protagonistas de los materiales informativos, debe destacarse que aun cuando se presenta mayor cantidad de mujeres entrevistadas y utilizadas como fuentes primarias de información, todavía se presenta con una construcción tradicional.

De los 112 materiales analizados como parte del total de programas 64 productos audiovisuales informativos para un 57.2% de coincidencia con una representación tradicional de roles; 39 indican la colocación de la mujer en roles emancipadores para un 34.8% y 9 materiales mantuvieron características neutrales, siendo solo el 8% del total.

La mayor parte de las mujeres entrevistadas son directoras de centros de educación, asistencia médica y en algunos casos como protagonistas de informaciones relacionadas con el ámbito cultural y en última instancia como voceras institucionales.

En los últimos años cada vez son más las mujeres que ocupan puestos de dirección y protagonistas en diversos sectores de la sociedad, lo que influye de forma positiva en su participación en los espacios informativos. Sin embargo con respecto a la influencia del status de jerarquía social en los materiales periodísticos, no se llega a un consenso por parte de los redactores.

El estudio de la selección de las fuentes de información tuvo en cuenta que las diferencias que se establecen entre las representantes del sexo femenino y los varones, tienden a atribuir mayor importancia y valía a las características y actividades asociadas con lo masculino y a producir, por ende, relaciones de poder desiguales.

Debe contemplarse además que las atribuciones y funciones asignadas al género se interiorizan a través de la socialización, entendida como un complejo y detallado proceso cultural de incorporación de formas de representarse, valorarse y actuar en la sociedad.

Uno de los resultados de la observación participante incluye el desarrollo de las rutinas productivas, donde se constató que los reporteros trabajan en la búsqueda de historias cotidianas que resalten por particularidades únicas.

La selección y procesamiento de fuentes se hace de acuerdo con los intereses personales de los periodistas, aunque existe una parcialidad en cuanto a la posición social de cada fuente informativa y en particular en cuanto a la selección de los protagonistas de las noticias.

La tendencia general es a entrevistar a directivos, ya sean hombres o mujeres, y en menos medida se entrevista a los trabajadores, aunque se aprecian cambios en tal sentido.

El porcentaje de mujeres entrevistadas, considerando la media de las emisiones analizadas, es el 16% del total de personas de quienes se tomó una declaración o se entrevistó; los hombres, el 68,7%; lo que demuestra que las personas fundamentales que se tienen en cuenta a la hora de incluir un hecho dentro en los acontecimientos noticiosos son hombres.

Este fenómeno ocurre de manera semejante al proceso de escogimiento y utilización de fuentes de información, la mayoría de los egresados de las universidades son

mujeres, sin embargo la tendencia actual es que sean los hombres los que ocupen puestos ejecutivos.

De modo que la misma sociedad condiciona el protagonismo en las noticias, siquiera cuando no se puede negar que el periodista desempeña una función importante a la hora de representar y reafirmar dicha construcción arcaica donde los espacios públicos son para los hombres y los privados para las mujeres.

Los hombres se valoran como protagonistas de noticias de contenido fuerte; relacionado con la agricultura, el desarrollo industrial, economía, ponderando su posición de gestor de cambios sociales: agricultor, médico especialista.

Existe la tendencia a calificar al hombre trabajador como honrado, responsable, disciplinado, incansable, profesional, cumplidor y comprometido; mientras que la mujer trabajadora se asocia a cualidades de abnegada, cumplidora, responsable, callada, discreta, capaz, profesional, disciplinada, organizada y puntual (Delgado, 2009). Hecho que también se advierte en el análisis efectuado a los mensajes transmitidos durante el primer trimestre del año en curso.

En cuanto a la calificación de los hombres como trabajadores ideales y educados para emplearse en actividades pesadas o rudas se destaca el material presentado por la periodista Maillet Gómez Sanamet, el 4 de enero de 2012, sobre los resultados de la Empresa Constructora Integral No.3 de Moa, donde las fuentes utilizadas, las entrevistas y la representación gráfica solo incluye hombres, aun cuando se conoce que los puestos laborales a los que se hace referencia también los ocupan mujeres.

La construcción social que se brinda en la información es de tipo tradicional: los varones son los extractores de níquel, mineros, soldadores. La permanencia de estos roles establecidos influye en la percepción de la femenino y lo masculino, aún más cuando se destina trabajos para hombres y para mujeres.

Todo lo contrario sucede con el material del periodista Lino Eduardo Ortega, acerca del progreso de la educación especial en el municipio de Gibara, el 9 de enero de 2012, donde las principales protagonistas de la noticia son mujeres, siempre ubicadas como procuradoras de la atención educacional que reciben los niños y las niñas en esta región de la provincia.

En esta cuestión la construcción social y el rol desempeñado adquieren carácter emancipador, pues el tema de la educación de los infantes se ha destinado a

educadoras y educadores de manera equitativa; aun cuando tiempo atrás se consideraba una ocupación para varones.

La construcción social en Cuba se despliega de acuerdo con la Estrategia Nacional de Desarrollo que comprende la ejecución en forma articulada y armónica, de los programas económicos y sociales. En tal sentido se impulsa la creación y perfeccionamiento de las bases económicas, jurídicas, educacionales, culturales y sociales que garanticen la igualdad de derechos, oportunidades y posibilidades a hombres y mujeres, transformando la condición de discriminación y subordinación a la que se sometió la mujer cubana (Moya,2010).

Sin embargo, la participación en la vida pública se realiza en condiciones de dobles y triples jornadas de trabajo para las mujeres. Siguen siendo ellas, de manera general, las responsables de las tareas domésticas, la educación de los hijos y el cuidado de los ancianos.

El tratamiento inadecuado de la imagen y la presencia de hombres y mujeres en eventos noticiosos, afecta el estilo informativo del medio en cuestión e impone determinados vicios en el quehacer periodístico, además de reforzar estereotipos y ofrecer una visión distorsionada de la realidad.

La afirmación de que existen y se construyen estereotipos en cuanto a la concepción de trabajos para hombres y mujeres, se manifiesta en el comentario de Haydeé Vera el 19 de enero de 2012, que trataba el tema de la cirugía video endoscópica.

La colocación de las mujeres en los planos es secundaria, aparecen como enfermeras, pacientes en su mayoría; el orden de aparición en pantalla resalta al hombre como figura central de la noticia, además los entrevistados son hombres, resaltados por su postura jerárquica o su nivel de especialización.

Afirmación gráfica que concluye en el mantenimiento de estereotipos de género vinculados a temas de asistencia médica donde se reafirma el rol del hombre como elemento más importante en el proceso de atención a la población, evidenciando también la subordinación en la que se presenta a las mujeres como seres inferiores en el ámbito público.

Los trabajos relacionados con la temática de la salud, indican una permanencia de estereotipos que colocan a la mujer como un ser destinado a la atención primaria de los pacientes o como victimarias de enfermedades.

En estos casos las fuentes utilizadas son hombres, pues se refiere mayor posición jerárquica, y como pioneros en la aplicación de nuevas técnicas y métodos.

Los periodistas que tributan el telediario aclaran que la selección de fuentes de información la dicta el *modus operandi* de cada periodista

En los materiales escogidos para el análisis, las mujeres son presentadas con agentes pasivos; la idea de la parida en la presentación de fuentes de información de ambos sexos todavía esta subyacente.

El proceso de escoger y dar determinado tratamiento de fuentes se determina según las rutinas productivas donde cada periodista vinculado a determinados sectores de información periodística escoge la fuente de su trabajo. En ocasiones y en dependencia de la empatía periodista-fuente, éstas últimas generan con cierta regularidad informaciones al medio al que pertenece dicho periodista.

El uso de fuentes masculinas predomina de acuerdo a su posicionamiento de jerarquía social, cada trabajo debería contener diversidad de fuentes de ambos sexos, lo que favorecería la credibilidad y un conocimiento más profundo del tema.

Existe un marcado arraigo de presentar a las mujeres dedicadas al ámbito privado y cuando se presentan en ámbitos públicos se engrandece su figura y se posiciona como la *superwoman*.

En el Dictamen de la Comisión de Mujer y Medios de Comunicación que evalúa el cumplimiento de las recomendaciones realizadas en el Plan Nacional de Seguimiento a la Conferencia de Beijing, se devela que las mujeres no se abordan en su diversidad y, en particular, la representación de la mujer negra y mestiza no se corresponde con la realidad actual (Federación de Mujeres Cubanas, 2002).

De acuerdo con lo planteado las mujeres siguen siendo las de menor presencia en los espacios públicos, entiéndase información periodística. La diversidad de las mujeres y los espacios a los que se atribuyen siguen transmitiendo concepciones estereotipadas que la colocan en posición de subordinación, incluso en el discurso periodístico.

Durante el período analizado, las mujeres constituyen el 17% de las personas que aparecen mencionadas en 19 trabajos de un total de 112 materiales examinados.

Los hombres, representan el 58 % con la mayor carga informativa, pues de 112 materiales, 65 hablan sobre los hombres como ejecutores del trabajo; mientras que

solo se hace alusión a ambos como parte íntegra del discurso y como temática principal en un 25 % de las veces, con un grado de representatividad de 28 trabajos. Las personas más mencionadas en las noticias de televisión son los dirigentes ya que en este criterio de análisis se encontraron 74 representantes de este grupo de clasificación para un 66,0%.

Otro aspecto importante, fueron los discursos informativos donde el estatus de jerarquía social que destaca son los directores y mandatarios con el 16,9%(19) y el 8,0%(9) respectivamente.

El grupo siguiente en orden de importancia cuantitativa son los ejecutivos, con un 9,1% de participación sobre el total de personas mencionadas en el informativo.

Este aspecto no depende de su acción como elemento único sino que está integrado por cuestiones de tipo objetiva y subjetiva.

Las rutinas productivas desempeñan un papel, importante en el proceso de noticiabilidad. La decisión de escoger determinadas fuentes informativas de un género u otro influye en el enfoque que puede adquirir una noticia durante su producción.

Como generalidad, en los órganos de prensa, las fuentes de información son rutinarias o tradicionales y, en ellas aparecen la inserción de los periodistas involucrados en eventos, que en algunos casos son sugeridas por fuentes y programados de forma anticipada (Barreda, Segura y Nápoles, 1991).

En el Trabajo de Diploma de la Facultad de Comunicación: *La Construcción de la Noticia. Estudio del proceso de producción noticiosa en el Noticiero Nacional de Televisión*; se establece la tendencia existente a empleo de fuentes oficiales o institucionales (información de organismos, instituciones, funcionarios, dirigentes administrativos) (León Franco, Dayana, 2005).

El uso de estas fuentes introduce una tendencia a reproducir datos, cifras y casi nunca una valoración acerca del hecho en cuestión.

En este punto influye la preparación que sea capaz de adquirir el periodista sobre el tema planteado. El periodista establece su punto de interés y enfoca la búsqueda hacia la dirección deseada, y no solo se habla de una perspectiva de género, sino también de la opinión válida de las fuentes empleadas para apoyar y reafirmar la información transmitida.

Cada fuente de información utilizada otorga determinado sello al objetivo que corrobora como cierto; la tarea del periodista es escoger cuales son aquellos datos que aportan y distribuirlo en el cuerpo del material informativo de forma crítica.

La inclusión de un enfoque de género en los materiales informativos transmitidos por el telediario **Al Día**, no se limita a la presentación de las mujeres en las diferentes labores que pueden desempeñar, pues no es de eso que se trata la perspectiva de género.

En el caso del uso de fuentes femeninas es de destacar que de los trabajos publicados solo 18, para un 16%, utilizan mujeres como fuentes primarias de información.

De estas informaciones, el 16,7 % corresponden a temas económicos, con 3 trabajos, siendo el menos representativo; en ese orden le sucede el deporte con el 11,1%, cultura y educación con 4 productos periodísticos, para un total de 22,2% en cada sector.

Un hecho que llama la atención es el empleo de la figura femenina como vocera de los procesos educación y de formación social; en este caso se utilizó a 5 mujeres como fuentes de información primaria, ocupando el 27,8 % del total de las 18 informaciones en las que emplea este criterio de triangulación de la búsqueda periodística.

Desde esta óptica se estereotipan los roles desempeñados por uno u otro sexo. A las mujeres se les atribuyen características de cuidadoras y encargadas del proceso reproductivo de modo que se las presenta como educadoras y dedicadas al cuidado de la salud.

El caso de los hombres se valora de otra manera. Existe mayor número de hombres que ocupan posiciones jerárquicas, lo que facilita su participación en el flujo de información, así un 68,7% de las fuentes utilizadas provienen del género masculino.

De las 77 fuentes masculinas manejadas, 39 fueron utilizadas con respecto a temas económicos, representando el 50,6% de las fuentes; 15 fuentes se emplearon en la temática deportiva con el 19,5%; el 15,6% se correspondió con temas sociales; el 7,8% se le adjudicó a la educación con 6 trabajos informativos y por último la temática de cultura que solo ocupó el 6,5%, con 5 fuentes hombres.

De acuerdo con el análisis efectuado a la selección de fuentes, solo se utilizaron ambos sexos en ocho de los trabajos analizados con temáticas de cultura y sociedad se utilizaron fuentes informativas de manera equiparada, siendo el 7,3% de las fuentes empleadas del total de materiales analizados (112).

La selección de fuentes influye en gran medida en la apreciación de los periodistas sobre el uso correcto de la perspectiva de género. Pues el enfoque no se manifiesta con utilizar fuentes oficiales designadas para orientar acerca de temas en los que se expongan las actividades relacionadas con la labor de la Cátedra de la Mujer, la Casa de Orientación de la Mujer y la Familia de la Federación de Mujeres Cubanas (FMC); sin embargo existe una tendencia a no consultarlas a no ser que se involucren en el hecho noticioso.

En estos centros se preparan especialistas vinculados al desarrollo social de las mujeres y los hombres, de modo que cuando se obvian o se sub-utilizan aumenta la posibilidad de no contemplar la verdadera óptica de la perspectiva de género que deben incluir las y los periodistas en sus proyecciones informativas.

Durante la semana del 5 al 9 de marzo, fecha que encierra la jornada por el Día Internacional de la Mujer, se presentaron siete trabajos empleados para destacar el desempeño de la mujer en puestos de trabajo no tradicionales.

Esto no significa que estos productos informativos se realizaran adecuadamente desde la perspectiva de género.

Estos materiales muestran que no existe una paridad, ni equidad, en la publicación sistemática y pensada de temas relacionados con la representación social y mediática de las mujeres como gestoras de cambio y en igualdad de capacidades que los hombres a los cuales se le exalta y presiona dentro de roles estereotipados y asignados.

Aunque se encuentren noticias sobre mujeres paileras, puntista en un central azucarero, piloto de un helicóptero o manejando una combinada en un campo de caña, esta distinción que se hace cuando se las presenta integradas a “trabajos de hombres” indica que existe una resistencia social a que las mujeres se desempeñan en estas obligaciones al igual que los hombres.

El lenguaje utilizado es también muestra evidente de la tendencia persistente de orientar la mirada hacia los temas vinculados hacia las mujeres y los hombres como

seres enrolados en actividades económicas y sociales, priorizando las mujeres por la diferencia biológica con respecto a los hombres.

La incorporación de una perspectiva de género en la lengua, no se limita al uso de los artículos “las” y “los”. La aplicación de dicha perspectiva, si bien no se limita al uso del lenguaje, sí requiere de éste para hacer un análisis de la realidad y proponer transformaciones más igualitarias que visibilicen a hombres y mujeres.

El análisis del discurso periodístico en esta investigación se realizó además desde la construcción gramatical y semántica del mismo.

Para este análisis se tuvo en cuenta que el lenguaje, tanto escrito como oral, refleja los conceptos y valores de la sociedad que lo habla, pero también es capaz de condicionar, reforzar, perpetuar o limitar la imaginación, la personalidad, sexualidad, el desarrollo sociocultural, la forma de pensar, sentir y actuar del ser humano.

El lenguaje periodístico, como principal amplificador de la visión del mundo, asume cualidades únicas que los utiliza como potenciadores de la configuración y mantenimiento de los patrones del género social.

Las lenguas escritas u orales son un reflejo de la sociedad que las habla. De modo que si se integran hechos o actitudes sexistas, se interpreta como un fuerte indicio de que la sociedad ha sido, o que es, discriminatoria hacia la mujer.

El discurso periodístico se destaca por la facilidad con que es asumido y difundido por los medios de comunicación; por lo que es imprescindible no hacer un uso androcéntrico del lenguaje.

En los materiales informativos analizados, se advierte la presencia de un uso sexista del idioma; se asume el masculino como genérico, omitiendo la presencia femenina como parte del proceso informativo y de vida cotidiana.

Una de las tendencias repetidas es el uso masculino para dirigirse a hombres y mujeres, aun cuando haya un solo hombre y decenas de mujeres. Tal es el caso de la convocatoria al desfile pioneril en ocasión del homenaje al natalicio de José Martí.

La convocatoria se hace en masculino, infiriéndose que en este grupo se incluyen las pioneras. Si se analiza desde el punto de vista semántico, se está utilizando a los niños de modo que las niñas queden en un segundo plano de acción. En tal caso el periodista encargado de la nota convocatoria debió analizar que estaba omitiendo una parte de las protagonistas de la acción en cuestión.

El debate sobre el sexismo en el lenguaje no se circunscribe a las vocales, sino trasciende el estilo y las normas de redacción, y se inserta en la trasgresión epistemológica que el género propone.

En Cuba, a pesar de las profundas transformaciones sociales puestas en vigor desde el triunfo de la Revolución, todavía existe la tendencia de emplear el masculino para profesiones, cargos, oficios que han desempeñado solo los hombres y que hoy comparten con mujeres.

En variados textos periodísticos aparecen referencias al Director, Profesor Titular, Investigador Agregado, Médico, aun cuando se trata de mujeres que tengan esas profesiones o categorías u ocupen esos cargos.

El sexismo en el discurso audiovisual esta apoyado por imágenes por lo que su nivel de aprehensión es mayor, perpetuando su léxico. Es aquí donde las palabras aparecen con mayor nitidez, las conductas y actitudes sexistas y la demostración más palpable de una sociedad.

Tal es el caso de la información brindada el martes 14 de febrero. En el informe presentado por el periodista Yordanis Rodríguez, se marca la figura del hombre con un carácter sexista, pues hace alusión solo a “los compañeros” que asisten a la actividad, incluyendo en este grupo a las mujeres presentes, invisibilizando el hecho de la presencia de la mujer.

Esa sección anuncia el mismo día una información de la periodista Mariannis Alba, acerca del rescate de las tradiciones campesinas en la región holguinera. Las imágenes grafican tanto a hombres como mujeres desempeñándose en actividades agrícolas, sin embargo, el discurso periodístico se resume a presentar a “los cooperativistas”, “los campesinos”, al “campesino y su familia”, excluyendo al mujer como parte del proceso activo del acontecimiento.

Otro aspecto destacable es la colocación de la figura femenina en los planos escogidos para apoyar la información textual; se prefieren los segundos y terceros planos para graficar la presencia femenina en la noticia.

Entre las fuentes informativas escogida para la comprobación de los datos ofrecidos, no se utilizan voces de mujeres, aun cuando pudiesen ofrecer otra óptica del asunto en cuestión.

El proceso de selección de fuentes se condiciona por el nivel de familiaridad del periodista con determinada fuente. En el caso de que el periodista sea hombre se inclina por la utilización de fuentes masculinas en busca de códigos lingüísticos similares, al igual que sucede así con las mujeres.

La existencia del lenguaje sexista no es una cuestión solo de lingüística, y si en esencia social. El idioma contribuye a elaborar una imagen negativa-superficial y secundaria- de la mujer; lo que refuerza la situación desigualdad (Vasquez Olivé, 2010).

Los medios de comunicación no inventaron el sexismo. Lo incorporaron a su lenguaje porque está integrado a la cultura patriarcal de nuestra sociedad; por tanto, eliminarlo es parte de la compleja lucha por lograr una imagen equilibrada y sin estereotipos de hombres y mujeres, en los productos comunicativos.

La exploración de los textos que conforman la unidad de sentido del producto informativo arrojó como resultados que se utilizan términos generalizadores de manera indiscriminada para referirse a hombres y mujeres de igual manera.

La justificación el empleo de varones como protagonistas de eventos relevantes parte del presupuesto que los ámbitos en los que se desenvuelven las mujeres, por lo general, está más vinculados a lo cotidiano, y por tanto excluidos.

Sin embargo la fuerza activa del país en materia de ocupaciones laborales está integrada mayormente por mujeres, y como sucede en otras partes del mundo, las cubanas emplean más tiempo y esfuerzos que los hombres en labores fuera y dentro del hogar.

Según indica una encuesta sobre el uso del tiempo que aplicó la Oficina Nacional de Estadísticas (ONE) en 2011, más del 90 por ciento de las mujeres ocupadas en el mercado laboral realizan también funciones en sus viviendas, y dedican dieciocho horas por semana más que los hombres a las actividades domésticas. Por cada cien horas que trabaja un hombre en Cuba, una mujer suma más de ciento veinte horas según la ONE (Más, 2010:s/p).

La representación gráfica de las mujeres y la relación de las imágenes con el texto, influye en gran medida en la afirmación de los estereotipos de género. Del total de los 112 productos informativos examinados, la relación del texto con las imágenes graficas presentadas, 64 correspondían con la categoría de protagonistas de las

noticias, donde los hombres aparecen como figuras centrales del acontecimiento noticioso.

Las mujeres por su lado solo representaron el 22,4%, figurando como centrales o protagonistas en 16 de los trabajos analizados. Mientras que 11 de los materiales correspondieron a la categoría en que ambos, hombre y mujer eran protagonistas o figuras centrales del suceso.

Las imágenes escogidas para los productos audiovisuales informativos inciden en la sociedad y sus concepciones. La función motivadora intenta captar la atención, romper con elementos monotemáticos a fin de atraer al receptor, lo que aumenta el grado de aprendizaje y confirmación con lo expuesto en el material.

La concepción que se tenga y el cómo se emplee la perspectiva de género en estos materiales transgrede la función visual de la información, pues mediante sus instrumentos de construye o deconstruye el juicio sobre lo considerado femenino o masculino.

Cuando se seleccionan imágenes al azar, o de archivo solo con el fin de rellenar tiempo en pantalla, éstas pueden introducir elementos, que como no se expresan con palabras contribuyan a la confirmación de una sociedad patriarcal.

El motivo y énfasis que se hace en la presentación en pantalla de imágenes acorde con lo dicho en el texto, radica en la función catalizadora, la necesidad de provocar una experiencia que sirva como enseñanza y no solo sean imágenes que ofrezcan información.

Los medios de comunicación masiva, en especial la televisión —por sus facilidades de acceso al gran público— sostienen un compromiso social dirigido a velar por la educación y el pensamiento creativo. Esa responsabilidad es mayor aún en una sociedad como la nuestra, que como estandarte promulga la solidaridad, igualdad y cultura de todos los ciudadanos.

En la muestra se seleccionaron los días relativos al 8 de marzo y la propia jornada a fin de extraer y analizar los elementos que indiquen el trabajo del tema desde la perspectiva de género.

Con este motivo se escogió la información publicada el día 2 de marzo del año en curso, relacionada con el desempeño de la mujer cubana en el sector económico y social. Durante la presentación del material el locutor en cámara resalta el 8 de

marzo como la fecha en la que las mujeres se destacan y expresan su valía como trabajadoras.

Desde la presentación del trabajo se está dando por sentado que las mujeres solo son expuestas a los espacios públicos en estas fecha, donde además se confirma el dogma de que como se están desempeñan en una tarea que no es afín a su “condición biológica” debe destacarse.

No se trata de ahogar a las personas en un modelo de hombre-mujer sino dar margen a las diferencias sin que esto implique desigualdad. El mérito del material radica en la exclusión de un lenguaje sexista para la transmisión del mensaje periodístico.

En esta jornada de homenaje hacia las mujeres el mayor énfasis se dirigió a demostrar la participación de las mujeres en labores y puestos de trabajo no tradicionales. Tal es el caso de la información sobre la mujer puntista de un complejo agroindustrial.

Aun cuando la información rompe con los estereotipos de género, los roles asignados por la tradición social se enfocan en establecer un estatus de equidad, se continúa presentando a las mujeres como seres sacrificados que desempeñan más de una labor diaria.

El enfoque de género pretende deconstruir el mito existe entorno a la diferencia sexual entre hombres y mujeres, la desigualdad entre ellos no la marca el hecho biológico del evidente contraste sexual sino que está condicionada por factores socio-culturales.

En esta semana apareció un trabajo en la sección deportiva, ya mencionado, dedicado a la presencia femenina en el sector. Se publicaron varios materiales sobre mujeres trabajadoras de complejos agro-azucareros.

Uno de estos trabajos se publicó el propio día 8, donde se presenta la problemática de la mujer desde un enfoque de género en el que su ámbito privado es expuesto al conocimiento social, incluyéndola en labores socioeconómicas.

La selección de fuentes, planos, el lenguaje, y las atribuciones hechas al mensaje en referencia a las mujeres, las colocan en un ámbito donde no se enfocan las diferencias biológicas y se realza la participación natural de la mujer en el desarrollo económico y social.

Este material a cargo de la periodista Marel González evidencia que se puede trabajar desde la perspectiva de género de modo orgánico en el discurso periodístico.

La autora de este informe considera que no es necesario aseverar ni tomar como marco dicha fecha para demostrar la inclusión de la mujer en la vida social y el desarrollo económico del país.

Como parte del análisis se prestó atención a aquellos elementos que se relacionan con la presentación en pantalla de las mujeres. Esta observación detallada permitió comprobar que se colocan en segundos y terceros planos incluso cuando son ellas las protagonistas, dista de la máxima de enfocar la atención principal en el eje de la historia relatada por el periodista.

La necesidad de incluir la Perspectiva de Género en los discursos periodísticos contemporáneos está ligada al desarrollo de la sociedad y de los Medios como estabilizadores de ideologías y concepciones de todo tipo.

La complicidad entre los Mass Media y el desarrollo evolutivo de las sociedades, necesita de todos aquellos elementos que la unifiquen y mantengan el curso consecuente de las acciones de la humanidad. La creación y reafirmación de las culturas depende no solo del medio en que se circunscribe, sino que está estrechamente ligada a la representación que obtiene de ese medio.

La perspectiva de género no es una teoría para quedarse estancada, funciona como dispositivo de avance social; pues cada vez son más las investigaciones que descubren un horizonte de posibilidades para de-construir estereotipos y mitos sexistas sobre la superioridad del hombre y la inferioridad de la mujer.

Estos mitos lejos de incrementar el perfeccionamiento de ambos géneros, retrasa la capacidad de interactuar y definir las prioridades contemporáneas donde hombres y mujeres sufren de discriminación mediática constantemente.

La necesidad de que los canales regionales identifiquen las necesidades cognoscitivas de sus receptores engendra la duda sobre la creación de idearios que transmite los canales territoriales de la sociedad. Tele Cristal como agente mediador de la comunicación de masas en el territorio holguinero está en la obligación de hacer llegar a sus receptores el quehacer diario de la forma más veraz y real posible;

incluyendo las necesarias reformas teóricas o conceptuales que exige la Comunicación Social.

CONCLUSIONES

A partir de los resultados de las técnicas de análisis aplicadas la investigadora llega a las siguientes conclusiones:

- 1- La Teoría de Género y la de la Comunicación establecen un ámbito de convergencia en las construcciones de sentido, erificaciones simbólicas y representaciones sociales, procesos donde ambos saberes se interrelacionan y permiten el establecimiento de nexos teóricos, metodológicos, epistemológicos y prácticos que favorecen la inclusión de los estudios de género en la formación de profesionales de la comunicación y el periodismo.
- 2- La Perspectiva de Género en comunicación no solo se detiene en las imágenes de mujeres y hombres, y en las representaciones sociales de lo femenino y lo masculino, sino que potencia el análisis de la relación entre la

realidad mediática y la realidad vivenciada, entre el paradigma propuesto y las paradojas de los modelos de lo femenino y masculino emergentes o trasgresores de la norma.

- 3- La Dirección del noticiero **Al Día**, y quienes integran la redacción informativa, no conocen ni aplican los artículos referidos los artículos referidos a mujeres y Medios de Comunicación, contenidos en el Plan Nacional de Seguimiento a la Conferencia de Beijing, por lo que la visibilización⁸ de las mujeres y la aplicación de la perspectiva de género estará limitada por las concepciones de los y las periodistas al respecto, no existe un conocimiento teórico sobre el tema.
- 4- La política editorial asume de manera general las directrices del trabajo periodístico para lograr la equidad de géneros, pero no existen artículos que definan o exijan la inclusión de una perspectiva de género en los materiales noticiosos.
- 5- Los valores/noticia utilizados reproducen concepciones tradicionales de lo considerado masculino y femenino, pues perpetúan la supremacía masculina en los procesos noticiosos y generan una dicotomía en la representación social y mediática de las mujeres en los medios de comunicación.
- 6- Existe una propensión a utilizar fuentes de información masculinas para temas vinculados a la economía, la política y los deportes; y se emplean fuentes femeninas para los temas sociales, culturales y atención médica.

En estos casos las personas más utilizadas como fuentes son los directivos, ejecutivos, especialistas y trabajadores de la agricultura; puestos que mayoritariamente ocupan los hombres.
- 7- El noticiero **Al Día** reproduce concepciones en el discurso periodístico que afianza y reafirma la ideología de superioridad masculina. El uso reiterado del masculino genérico⁹ contribuye a perpetuar los roles protagónicos de lo considerado masculino en la sociedad.

⁸ Término empleado por las investigaciones de género.

⁹ Se continúa construyendo un discurso estereotipado donde las cualidades tradicionalmente atribuidas a las mujeres no pueden ser atribuidas a los hombres y viceversa

RECOMENDACIONES

Luego de la aplicación de métodos y técnicas de investigación y la obtención de resultados concluyentes sobre el objeto de estudio, se recomienda:

- 1- Dar a conocer los resultados de investigación al Consejo Editorial de Al Día, a los realizadores y periodistas que tributan al espacio, de modo que esta investigación se constituya en un material de estudio y consulta.
- 2- Crear una Carta de Estilo del telediario Al Día donde se incluya la perspectiva de género, a fin de crear un criterio consensual en la disposición de los temas y las fuentes escogidas que garanticen la igualdad genérica y se vincule la perspectiva de género al quehacer periodístico.
- 3- Crear espacios de capacitación, cursos de postgrado, talleres e intercambios, para realizadores y periodistas a fin de lograr una superación y ampliación de los conocimientos sobre la perspectiva de género en los medios de comunicación.

- 4- Potenciar y continuar la investigación para profundizar en el tema, pues aún existen problemas que resolver en este ámbito, al igual que es necesario indagar sobre el empleo de la perspectiva de género en los restantes espacios del canal, lo cual ayudaría a perfeccionar la calidad del mensaje periodístico en televisión.
- 5- Fomentar las investigaciones de género en los estudiantes de la carrera de Periodismo de la Universidad de Holguín y los profesionales del medio, como una vía más de superación.

Gracias

Bibliografía

- 1- Alonso, M., y Saladrigas, H. (2003). *Para investigar en comunicación social. Guía Didáctica*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- 2- Alsina, M. R. (1989). *La construcción de la noticia* . Buenos Aires-Barcelona : Paídos .
- 3- Álvarez Suárez, M. (2012). *Subjetividad de género en Cuba: las construcciones socioculturales de lo femenino y lo masculino. Perspectivas de cambio*. La Habana: Centro de Estudios de la Mujer.
- 4- Barbero, J. M, y Rey, G. (1999). *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- 5- Barreda, L, Rolando,S y Nápoles, R. (1991). *La Construcción de la Noticia. Estudio del proceso de producción noticiosa en el Noticiero Nacional de Televisión*. La Habana: Facultad de Comunicación Social. Universidad de La Habana.
- 6- Benhabib, S, & Cornel, D. (1990). *Teoría feminista y teoría crítica*. Valencia: Alfons el Magnánim.
- 7- Bernstein, B. (1977). *Classes, Control and Code. Towards a Theory of Educational Transmissions*. Londres: Routledge and Kegan Paul.
- 8- Boretzky, R. A., & Yurosvky, A. (1985). *Periodismo en televisión*. La Habana: Pueblo y Educación.
- 9- Bourdieu, P. (2002). *La complicidad entre la prensa y el poder*. La Nación, (pp.1-2).
- 10-Calzadilla Rodríguez, I. (2005). *La nota* . La Habana : Pablo de la Torriente Brau.
- 11-Castellanos, B, y González, A. (2006). *Sexualidad y Géneros. Alternativas para su educación ante los retos del siglo XXI*. Ciudad de La Habana: Editorial Ciencias Médicas .
- 12-*Constitución de la República de Cuba 1992*. (2010). La Habana : Editora Política.
- 13-Cuba, A. E. (1987). La Habana: Comité Central de Estadísticas .

- 14-Dailin, y Maily. (2007). *Surgimiento y evolución de los telecentros en Cuba*. La Habana: Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.
- 15-De Barbieri, T. (1992). *Certeza y malos entendidos sobre la categoría género*. En T. De Barbieri, *Estudios básicos de derechos humanos*.
- 16-De Barbieri, T. (1992). *Sobre la categoría de género. Una introducción teórica-metodológica*. ISIS Intenacional No.17, s/p.
- 17-De Beauvoir, S. (1989). *El segundo sexo*. México: Alinza Editorial Mexicana y Siglo Veinte.
- 18-Delgado, S. (2009). *Algunas técnicas para procesos de sensibilización de géneros con grupos*. En C. Hernández, *Género. Selección de lecturas complementarias* (pp. 336-349). La Habana: Editorial Caminos .
- 19-Dijk, V. (1997). *Racismo y análisis Crítico del discurso*. Buenos Aires-Barcelona-Mexico: Paídos .
- 20-)_____:(1992). *Text and Context: Explorations in teh Semantics and Pramatics of Discourse*. Londres : Longman.
- 21-Domínguez Blanco, M. E. (1984). *Equidad de género y diversidad en la educación*. La Habana: Pueblo y Educación .
- 22-Engels, F. (1897). *El origen de la familia, la propiedad privada y el Estado*. La Habana: Pueblo y Educación.
- 23-_____ : (1975). *Anti Düring*. La Habana : Pueblo y Educación .
- 24-Espín, V. (1996). *Las cubanas de Beijing al 2000. Conferencia de la Federación de Mujeres Cuabanas en el II Congreso* (pp. 2-4). La Habana : Editorial de la Mujer .
- 25-Esteiman, J. (25 de marzo de 2002). *CIESPAL y la formación de imaginarios de la comunicación en América Latina*. En WWW: Razón y Palabra: http://www.razon_y_palabra.org.mx/antecedentes/n25/jesteino/html [consultado 20/11/2011]
- 26-F, y L. (2003). *Género y subjetividad*. En L. y. F, *Pensar en la personalidad* (p. 97). Ciudad de La Habana: Félix Varela.

- 27-Farias, G. (26 de mayo de 2010). *Enciclopedia Colaborativa Cubana*. En WWW: http://www.ecured.cu/index.php/el_genero_humano [consultado 20/11/2011]
- 28-FELAFACS. (1991). *De sujeto cautivo a los consumidores nómicos*. Diálogos de la Comunicación No.30, (pp.19-24).
- 29-Fernández Rius, L. (2010). *Mujeres y estudios de Género en Cuba*. La Habana: Facultad de Psicología Universidad de La Habana.
- 30-Fontcuberta, M. (1993). *La Noticia. Pistas para percibir el mundo*. Buenos Aires-Barcelona: Paídos.
- 31-Franco de León, D. (2005). *En busca de la equidad dentro de la diferencia. Una aproximación al estudio de la construcción de la masculinidad y la feminidad en el discurso periodístico del Noticiero Nacional del Sistema Informativo de la Televisión Cubana en su emisión estelar*. La Habana: Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.
- 32-Gans, H. (4-11 de septiembre de 1979). *Deciding Whats News. A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*,. New York: Panthenon Books.
- 33-García Canclini, N. (julio-septiembre de 1997). El malestar en los estudios culturales. *Fractal No.6*.
- 34-Generalitat de Catalunya. (1999). *La discriminació per raó de sexe. Indicacions per evitar en le llenguatge administratiu*. Barcelona.
- 35-Golding, P., & Elliot, P. (1979). *Making the News*. Londres : Longman.
- 36-Gómariz, E. (2004). *Los estudios de género y sus fuentes epistemológicas*. Santiago de Chile: ISIS Internacional No.17.
- 37-González Castro, V. (2006). *Para entender la Televisión*. La Habana: Pablo de la Torriente Brau.
- 38-González Hernández, A., y otros. (2010). *La construcción de la Sexualidad y los Géneros en tiempos de cambio*. Valencia, España: Ediciones Aurelia.
- 39-Habert, Y. (Julio-Diciembre de 2004). *Elementos para una teoría del lenguaje de los textos periodísticos impresos. Una modalidad discursiva*.

Consideraciones preliminares. Revista Latina de Comunicación Social. Tenerife , España: La Laguna .

- 40-Hernández Sampieri, R. (1991). *Metodología de la Investigación.* Mexico : McGraw-Hill.
- 41-Izquierdo Millar, I. (2009). *Mujer que sabe latín...(El sexismo en el lenguaje).* En Hernández, C. *Género. Selección de lecturas complementarias* (pp. 154-157). La Habana: Editorial Caminos.
- 42-Jiménez, R. M., y Vígara, A. M. (2002). *Género, sexo, discurso.* Madrid: Laberinto.
- 43-Jodelet, D. (1989). *La representación social: fenómenos, conceptos y teoría.* Buenos Aires : Paídos.
- 44-Kaufman, M. (1994). *Men, feminism and men's contradictory experiences of power.* En M. Broad H & Kaufman, *Theorizing masculinities* s/p. Sage: Thousand Oaks.
- 45-Lagarde, M. (1996). *Género y Feminismo. Desarrollo humano y democracia.* Madrid, España: Horas y Horas.
- 46-_____: (1997). *La sexualidad.* En M. Lagarde, *Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas* (pp. 177-211). Mexico: UNAM.
- 47-_____: (1998). *Identidad Genérica y Feminismo.* En M. Lagarde, *Identidad y Feminismo* s/p. Sevilla, España: IAM.
- 48-Lamas, M. (1996). *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual.* México: Grupo editorial Miguel Ángel Porrúa.
- 49-_____: (octubre de 1999). "Género, diferencia de sexo y diferencia sexual". *¿Género?, Debate Feminista, 20*, s/p.
- 50-Leñero, C. M. (1990). *Manual de Periodismo.* La Habana : Pablo de la Torriente Brau.
- 51-López Coll, L. (2009). 2009. *Cultura y Sociedad*, (pp.15-16).
- 52-Ludin, M. (1981). *Diccionario Filosófico.* La Habana : Edición Revolucionaria.
- 53-Luque Álvarez, L. (2008). *Las y los.* En C. Hernández, *Género. Selección de lecturas complementarias* (pp. 331-333). La Habana: Editorial Caminos.

- 54-Marín, C., y Leñero, V. (1997). *Manual de Periodismo*. La Habana: Pablo de la Torriente Brau.
- 55-Marrero, J. (2003). *Dos siglos de Periodismo en Cuba: momentos, hechos y rostros*. La Habana: Pablo de la Torriente Brau.
- 56-Martín Barbero, J. (1996). *La comunicación, el descentramiento de la modernidad. Una peculiar relación en América Latina*. Telos No.36, s/p.
- 57-Martín Serrano, M. (1985). *La producción social de la comunicación*. Madrid: Editorial Alianza.
- 58-Martín Vivaldi, G. (1979). *Géneros periodísticos*. Madrid : Paraninfo.
- 59-Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Norma.
- 60-Más, S. (2010). *El tiempo... ¿todo el tiempo? Mujeres*, s/p.
- 61-Menéndez, M. (Julio de 2007). *Periodismo desde la perspectiva de género o la igualdad como criterio de la calidad*. *Género y Comunicación*. La Habana, Cuba: Editora de la Mujer.
- 62-Millerson, G. (2001). *Realización y producción en televisión*. Madrid: IORTV.
- 63-Montenegro, S. (1997). *La revolución simbólica pendiente. Mujeres, medios de comunicación y política*. Managua: Centro de investigaciones de la Comunicación .
- 64-Moro, S. (2008). *Cuba:sexismo y lenguaje de los medios*. En C. Hernández, *Género.Selección de lecturas complementarias* (pp. 347-358). La Habana: Editorial Caminos .
- 65-Moya Richard, I. (2008). *El patio de mi casa es particular*. En C. Hernández, *Género.Selección de lecturas complementarias* (pp. 273-304). La Habana : Editorial Caminos .
- 66-_____(2008). *Ese cuerpo orlado de belleza*. En C. Hernández, *Género.Selección de lecturas complementarias* (pp. 285-293). La Habana : Editorial Caminos .
- 67-_____(2008). *Lo gay también vende* . En C. Hernández, *Género.Selección de lecturas complementarias* (pp. 295-304). La Habana: Editorial Caminos.

- 68-_____:(2010). *Del azogue y los espejos*. En I. Moya Richard, *El sexo de los ángeles. Una mirada de género a los medios de comunicación* (pp. 13-26). La Habana: Centro Félix Varela.
- 69-_____:(2010). *El sexo de los ángeles*. Ciudad de La Habana: Centro Félix Varela.
- 70-Muñoz, M. (2008). *Ahorro energético y algunos estereotipos*. En C. Hernández, *Género. Selección de lecturas complementarias* (pp. 335-346). La Habana: Editorial Caminos .
- 71-Núñez Sarmiento, M. (2001). *Los estudios de género en Cuba y sus aproximaciones metodológicas, multidisciplinarias y transculturales (1974-2001)*. Washington DC: asociación de Estudios Latinoamericanos (LASA).
- 72-Pagés González, J. C. (2004). *Femenismo y masculinidad: ¿ mujeres contra hombres? . Temas ,s/p.*
- 73-Partido Comunista de Cuba. (2011). *Política del Buró Político del Comité Central del Partido Comunista de Cuba para los medios de comunicación*. Ciudad de La Habana : Partido Comunista de Cuba.
- 74-Pérez Betancourt, R, y García Moreno, M. L. (2006). *Dinámica de la noticia*. La Habana: Pablo de la Torriente Brau.
- 75-Real Academia de la Lengua Española. (1992). *Diccionario de la Lengua Española* (Vol. 21ed.). Madrid, España: Espasa Calpe.
- 76-República de Cuba. (1997). *Plan de Acción Nacional de Seguimiento a la Estrategia de Beijing*. Ciudad de La Habana: Editorial de la Mujer.
- 77-Rodríguez Betancourt, M. (2008). *Tendencias del periodismo contemporáneo*. La Habana: Pablo de la Torriente Brau.
- 78-Rodríguez Varona, A. y Torres Torres, Y. (2006). *Caracterización del Telecentro Tele Cristal. Informe de Prácticas laborales*. Holguín: Universidad Oscar Lucero Moya de Holguín.
- 79-Rosillini, M. (2001). *Políticas de género en la Unión Europea*. Madrid: Narcea.
- 80-Rubisntein, C. (2005). *Representación de la violencia contra las mujeres en la prensa española (El País/El Mundo) desde una perspectiva de género. Un*

análisis crítico del discurso de los medios. España: Departamento de Periodismo y Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra .

81-Satriano, C. R. (2000). *Importancia del análisis textual como herramienta para el Análisis del Discurso*. Revista Cinta de Moebio, s/p.

82-Scott, J. (1996). *El género: Una categoría útil para el análisis histórico*. En M. Lamas, *El género: la construcción social de la diferencia sexual* (p. 302). México : PUEG.

83-Segura Jiménez, R. (2004). *En torno a la televisión*. La Habana: Editorial Félix Varela.

84-Serrano, M. M. (1985). *La producción social de la comunicación*. España : Editorial Alianza.

85-Tele Cristal. (1986). *Apuntes para la historia de la televisión en Holguín*. Holguín .

86-Tuchman, G. (1977). *Making news by doing work: routinizing the unexpected*. American Journal of Sociology,(pp. 110-131).

87-Vásquez Montalbán, M. (2002). *Historia y Comunicación Social*. La Habana: Editorial Félix Varela.

88-Vázquez Olivé, S. (2010). *La construcción social del discurso periodístico de la sección En Cuba de la revista Bohemia*. La Habana : Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana .

89-Vidal Valdés, J. R. (2006). *Medios y públicos: un laberinto de relaciones y mediaciones* . La Habana: Pablo de la Torriente Brau.

90-Volnovich, J. C. (2 de noviembre de 1996). *Psicoanálisis, estudios, feministas y género. II Jornada de Actualización feminidad, masculinidad, nuevos sujetos y sus prácticas* . Buenos Aires, Argentina : Foro de Psicoanálisis y Género de la Asociación de Psicólogos de Buenos Aires.

91-Wolf, M. (2005). *La investigación de la comunicación de masas*. La Habana : Pablo de la Torriente Brau.

ANEXOS

Anexo 1 GUÍA DE OBSERVACIÓN PARTICIPANTE EN EL NOTICIERO AL DÍA DE TELE CRISTAL

Medio: Noticiero Al Día de Tele Cristal Nacional

Duración de la observación participante:

1. Organización de la producción informativa en el Noticiero Al Día
 - a. Planificación diaria de los departamentos (reporteros y deportivo)
 - b. Propuestas de los jefes de departamentos (reporteros, corresponsalía, deportes, culturales) y de los periodistas
2. Proposiciones de agentes externos
 - c. Fuentes empleadas
 - d. Rutinas productivas
 - e. Noción por parte de los realizadores sobre la representación social de lo masculino y lo femenino.
2. Selección de la producción periodística para el noticiero
3. Procesamiento de la información periodística
 - a. Periodistas
 - b. Redactores de emisión
4. Jerarquización de la producción informativa
 - a. Elaboración de la escaleta o pre-guion del Noticiero
 - b. Presentación del guion al Director
 - c. Ensayo del Noticiero a las 5:30 pm
5. Transmisión del Noticiero a las 5:45 pm

Anexo 2 GUÍA DE ENTREVISTA A RESPONSABLES DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LA NOTICIA

1) Organización de la producción informativa

2) Agentes profesionales:

i) Rutinas productivas

ii) Concepción de la construcción de lo masculino y lo femenino.

3) Etapas o fases:

i) Selección de las temáticas

ii) Propuestas de los jefes de departamentos (reporteros, corresponsalía, deportes, culturales)

iv) Propuestas de los periodistas

4) Empleo de fuentes durante la recogida del material periodístico.

Anexo 3 GUÍA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO

Sección

1- Titular

2- Autor(a)

3- Tema

4- Objetivo

5.1- Informar

5.2- Reflexionar

5.3- Modificar actitudes

5.4- Contribuir a lograr equidad entre hombres y mujeres

6- Construcción social

6.1- Tradicional

6.2- Neutral

6.3- Emancipadora

7- Rol de género

7.1- Emancipadores

7.2- Neutrales

7.3- Tradicionales

8- Estatus de jerarquía social evidenciado en los materiales

8.1- Mandatario(a)

8.2- Director(a)

8.3- Ejecutivo(a)

8.4- Otros

9- Cualidades de lo femenino y lo masculino

9.1- Tradicionales

9.2- Emergentes

10- Estereotipos de género

10.1- Mantenidos

10.2- Cuestionados

10.3- Subvertidos

11- Principales temáticas abordadas

11.1- Sobre mujeres

11.2- Sobre hombres

11.3- Ambos

12- Principales áreas temáticas

12.1- Política

12.2- Economía

12.3- Sociedad

12.4- Cultura

12.5- Deportiva

12.6- Científico-Técnica- Profesional

12.7- Otros

13.-Géneros periodísticos predominantes

13.1- Información

13.2- Entrevista

13.3- Crónica

13.4- Comentario

13.5- Reportaje

14- Relación imágenes/texto. Protagonistas de la noticia

14.1- La mujer es central

14.2- El hombre es central

14.3- Ambos son centrales

14.4- Igualdad o desigualdad

15- Tratamiento de fuentes. Fuentes utilizadas

15.1- Mujeres

15.2- Hombres

15.3- Ambos

Anexo 4 ENTREVISTA APLICADA A REDACTORES Y REPORTEROS DEL
NOTICIERO AL DÍA

El siguiente cuestionario pretende tributar información a la investigación realizada por la Facultad de Ciencias Sociales y La Universidad Oscar Lucero Moya de Holguín. Su objetivo fundamental es obtener información sobre las concepciones personales y profesionales de periodistas y redactores sobre la inclusión y tratamiento del discurso periodístico desde la Perspectiva de Género. Ello forma parte de la tesis de licenciatura de la investigadora. Para alcanzar las metas trazadas resulta imprescindible su cooperación. De antemano gracias por su ayuda.

1-¿Se incluyen los temas relacionados con la perspectiva de género en la política editorial de Al Día? ¿Cómo?

2-¿Cuáles son las principales temáticas y géneros periodísticos abordados en el noticiero Al Día?

___ Política ___ Economía ___ Social ___ Cultura ___ Deportes

___ Científico técnico ___ Información ___ Reportaje ___ Comentario ___ Crónica

___ Entrevista ___ Otros ¿cuáles?

3-¿Existe un tratamiento equitativo a temas relacionados con perspectiva de género? ¿Cómo se trata?

4-¿Cuál es el principal objetivo del discurso periodístico ofrecido por el noticiero Al Día?

___ Informar ___ Reflexionar ___ Modificar conductas

___ Contribuir a la igualdad entre hombres y mujeres

5-¿Qué elementos se tienen en cuenta para elaborar el discurso periodístico con enfoque de género?

___ Masculino como genérico

___ Uso asimétrico de nombres, apellidos y tratamientos

___ Asimetría en representación de carreras, profesiones y oficios

6-¿Influye el status de jerarquía social en el tratamiento de género? ¿Cómo?

7-¿Cómo es el trabajo de selección y tratamiento de fuentes?

8-¿Se tiene en cuenta la perspectiva de género en las secciones del noticiero Al Día? ¿Cómo se evidencia?

9-¿Existe preferencia alguna por la selección de fuentes masculinas o femeninas? ¿Por qué?

