



UNIVERSIDAD DE HOLGUÍN

Facultad de Ciencias Humanísticas

**LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN EL DISCURSO AUDIOVISUAL DE
LA REVISTA INFORMATIVA *EN PRIMER PLANO* DE TELECRISTAL**

**Tesis presentada en opción al título académico de Máster en Comunicación
Social**

Autora:

Lic. Claudia Mara Cruz Escalona

Tutoras:

MSc Beatriz Rodríguez Carballosa (Prof. Auxiliar)

Dra.C Liuska Bao Pavón (Prof. Titular)

HOLGUÍN

2017

A mis padres, a quiénes mejor?

AGRADECIMIENTOS

A mis padres, por su sostén eterno, por confiar en que siempre soy capaz

A mis abuelos, por su amor inmenso

A mi hermana, por intentar parecerse a lo que espero de ella

A mis tutoras Liuska y Betty, por el apoyo y la guía oportuna

*A Fabio y Dagoberto, por continuar enseñándome cosas aún, por ser amigos tan
peculiares*

*A las mujeres de la familia Proenza Pupo Labrada y sus extensiones (Dayamí,
Mayra, Isabelita e Irina)*

A Lianet y María, por su tiempo

A Orestes, por todos estos años de camino juntos, por ser mi fiel escudero

A mis amigas y amigos de siempre, por la constancia.

A mi cuñi Angelito, por la asesoría informática

*A mis compañeros de la televisión, protagonistas y colaboradores de esta
investigación*

Al claustro y compañeros de la maestría, por el esfuerzo de casi tres años

A quienes haya podido olvidar en el esfuerzo de recordar....

RESUMEN

La presente investigación establece una estrecha relación entre perspectiva de género y teorías comunicológicas para analizar el discurso periodístico como forma de construcción de la realidad, y así develar las prácticas comunicativas que reproducen las representaciones de género tradicionales.

En función de ello asume como problema científico: ¿Cómo construir el discurso periodístico audiovisual de la revista informativa *En Primer Plano* de Telecrystal, desde la perspectiva de género? Su objetivo radica en la elaboración de un conjunto de pautas para favorecer la perspectiva de género en el discurso periodístico audiovisual de la revista informativa *En Primer Plano* de Telecrystal, sustentado en un modelo teórico para tal propósito.

Como resultado de la aplicación de métodos y técnicas de carácter cualitativo, se sistematizaron los antecedentes históricos de los estudios de género, su relación con la producción periodística audiovisual y los presupuestos teóricos que sustentan la construcción del discurso periodístico desde este enfoque.

El estudio permitió además, determinar los rasgos y características del tratamiento otorgado a la variable género en la revista informativa *En Primer Plano* de Telecrystal. El aporte estuvo orientado a la elaboración de un conjunto de pautas para favorecer el empleo adecuado de la perspectiva de género en el discurso periodístico audiovisual de este programa.

ABSTRACT

The present investigation establishes an inner relation between the gender's perspective and communication's theories to analyze the journalistic discourse as a means for constructing reality and this, to show practices communicative that reproduce traditional gender's representations.

In terms of it assume like scientific problem: How do to construct the journalistic audiovisual discourse of the newsmagazine *En Primer Plano* from Telecristal, from the gender's perspective? His objective consists in the elaboration of a set of guidelines to favor the gender's perspective in the journalistic audiovisual discourse of the newsmagazine *En Primer Plano* from Telecristal, held in a theoretic model for such purpose.

As a result in the applying of methods and techniques of qualitative character, it could be systematized historical antecedents in gender's studies, it's relation with audiovisual journalistic production and theoretical presupposed that support journalistic discourse construction from that approach.

This research allowed to determining the features and characteristics in the treatment of gender variable in the newsmagazine *En Primer Plano* from Telecristal. It's contribution was oriented to the elaboration of a set of guidelines to favor the adequate use of gender's perspective in the audiovisual journalistic discourse of this program.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA CONSTRUCCIÓN DEL GÉNERO EN EL DISCURSO PERIODÍSTICO AUDIOVISUAL	10
1.1 Antecedentes históricos de los estudios de género	10
1.2 Género y Comunicación. Análisis teórico.....	18
1.3 Referentes teóricos que sustentan desde la perspectiva de género las prácticas discursivas.....	24
1.3.1 Discurso periodístico audiovisual y perspectiva de género.....	34
CAPÍTULO II. PAUTAS PARA FAVORECER LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN EL DISCURSO PERIODÍSTICO AUDIOVISUAL DE LA REVISTA INFORMATIVA EN PRIMER PLANO DE TELECRISTAL	44
2.1 Generalidades de la revista informativa <i>En Primer Plano</i> de Telecristal.....	44
2.2 El discurso periodístico audiovisual en la revista informativa <i>En Primer Plano</i> . Conceptualización y operacionalización de las categorías de análisis	47
2.2.1 Principales resultados del análisis del discurso periodístico de la revista informativa <i>En Primer Plano</i> , desde la perspectiva de género	50
2.3 Pautas para favorecer la perspectiva de género en la revista informativa <i>En Primer Plano</i>	64
2.4 Validación de aporte metodológico a través de grupos de discusión.....	72
CONCLUSIONES GENERALES	75
RECOMENDACIONES	76
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

INTRODUCCIÓN

La función ideológica de los medios de comunicación y el ejercicio periodístico se encuentran permeados por procesos de construcción de significados para las audiencias. Por ello, desde su surgimiento, los *mass media* han desempeñado un papel fundamental en la divulgación de conocimientos, cambio de actitudes, persuasión de los individuos y apoyo para transformar la realidad social.

De esta manera, perpetuar o deconstruir esquemas sociales tiene base sólida de eficacia en la manera en que se exponen los discursos, estamentos con el poder de legitimar realidades. Uno de los asuntos sobre el cual influyen resulta la formación de valores y patrones de comportamientos referidos a las nociones sobre feminidades, masculinidades y otros conceptos asociados al género.

Concebido el *género* como “una construcción social que transforma la sexualidad biológica en productos de la actividad humana” (Rubin, 1975: 12), es también “una construcción histórica y socio-cultural que adjudica roles, identidades, valores y producciones simbólicas a hombres y mujeres, incorporados a estos/as mediante los procesos de socialización”. (González Pagés, 2010: 9)

Para estudiar los fenómenos sociales relacionados con esta categoría han despuntado, desde los años 60 del siglo XX, corrientes derivadas del materialismo histórico, la antropología, la historia y el psicoanálisis, basadas en una herramienta fundamental: el Enfoque o Perspectiva de Género, la cual tiene como centro la crítica a la concepción androcéntrica¹ del mundo.

La Perspectiva de Género permite enfocar, analizar y comprender las características que definen social y culturalmente a mujeres y hombres de manera específica, así como sus semejanzas y diferencias. “Desde esa perspectiva se analizan las posibilidades vitales de unas y otros, el sentido de sus vidas, sus expectativas y oportunidades, las complejas y diversas relaciones sociales que se dan entre ambos géneros; también los conflictos institucionales y cotidianos que deben encarar, y las múltiples maneras en que lo hacen”. (Benhabib y Cornel, 1990: 22)

¹ Del término Androcentrismo: *andros* significa hombre o varón en griego. Consiste en ver al mundo desde lo masculino tomando al varón como parámetro o modelo de lo humano. Un análisis es androcéntrico cuando se hace desde la perspectiva masculina y se generalizan sus resultados como válidos por igual para mujeres y hombres.

En este marco de acción los medios son imprescindibles en el proceso de formación de modelos a imitar y aun cuando no son los responsables absolutos de solucionar las problemáticas relacionadas con inequidades y discriminación, pueden resultar favorecedores de cambios en la voluntad política de toda la sociedad, si desde estos espacios y sus discursos se promueve y aplica el enfoque de género.

Impulsados por los movimientos feministas en Estados Unidos, los estudios vinculados con el género comienzan a tomar auge a nivel mundial en la década de los '60 del siglo XX. En Cuba, iniciados hacia mediados de los años '80, por instituciones como la Federación de Mujeres Cubanas (FMC) y las Cátedras de la Mujer de diversas universidades, se han acercado a la subjetividad de las personas y han intentado comprender las relaciones de inequidad vigentes en la sociedad cubana.

También desde estos estudios se han promovido, en las últimas décadas, investigaciones sobre la representación de las mujeres y las relaciones de género en los medios de comunicación, las cuales han diagnosticado que en estos espacios aun se reproducen relaciones de inequidad y estereotipos tradicionales.

Para Julio César González Pagés, estudioso e investigador del género, los medios cubanos siguen desarrollando un papel protagónico en la transmisión de valores relacionados con el esquema de masculinidad hegemónico. “Cuando uno lee una noticia, oye la radio o ve un programa televisivo se advierten preceptos machistas. Es evidente que la cultura profesional de los comunicadores enraíza prácticas e imaginarios que tienden a perpetuar los modelos de masculinidad vigentes”. (González Pagés, 2004: 16)

Dentro de la comunicación audiovisual, la televisión es en Cuba el medio de mayor alcance, debido a su atractivo y a las facilidades de hacer confluir en ella todos los formatos. Emplear entonces la perspectiva de género de forma conjunta con la fuerza y los recursos del audiovisual, brinda mejores posibilidades si de transformar concepciones y desmitificar prejuicios se trata.

Como resultado de la voluntad del Estado cubano de erigir una cultura de la equidad entre hombres y mujeres, siempre existió interés en el seno de los medios de comunicación por potenciar un tratamiento adecuado de estos temas. Sin embargo,

esa intención no fue asentada en leyes ni incluida en las políticas de programación hasta finales de la década de los '90.

El documento rector, conformado a partir de las indicaciones de la Conferencia de la Mujer en Beijing (1995), titulado *Plan Nacional de Seguimiento a la Conferencia de Beijing de 1997*, en su acápite J *Mujeres y Medios de Comunicación* dispone, entre otros temas, las directrices para eliminar la transmisión de estereotipos e imágenes denigrantes de la mujer, su incorporación en los procesos creativos y la capacitación en materia de género a comunicadores/as.

A partir de entonces, en el Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT) ha existido una preocupación por insertar estas temáticas en las agendas y las políticas de programación, editorial e informativa. A fin de cumplir estos objetivos, se ha estipulado el seguimiento y la evaluación de los temas de género en los diferentes espacios y de esta manera, la perspectiva de género se incluye en ellos, aunque su aplicación efectiva todavía cargue con limitaciones.

No obstante, la realidad actual de los medios audiovisuales cubanos demuestra que, aunque de forma no intencionada, en ellos se evidencian discursos estereotipados que no se corresponden con el pensamiento y las acciones gestadas a nivel social en la construcción de lo masculino y lo femenino.

Para paliar esta situación, proliferan los estudios sobre género y comunicación en numerosos espacios académicos, además de la realización de audiovisuales y materiales periodísticos que defienden la equidad y denuncian las posiciones discriminatorias.

Este auge del contexto investigativo internacional se ha visto beneficiado desde acercamientos científicos que toman como centro programas de índole informativo, espacios de legitimación y atribución de significados, ideales para evaluar la categoría y las construcciones del género.

Los estudios abordan, desde procesos como la emisión, el mensaje y la recepción, la representación de género en los informativos de televisión, y hacen énfasis en la presencia de hombres y mujeres según profesión u ocupación, temas tratados en las noticias o su selección como fuentes de información. Otros se inclinan por la crítica al

papel de los audiovisuales como importantes elementos de socialización que persisten en apropiarse de roles tradicionales o, por el contrario, contribuyen en la generación de otros criterios más actuales.

Siguiendo las pautas investigativas a nivel mundial, en Cuba una de las pioneras en estos acercamientos es la Dra.C Isabel Moya Richard quien en su Tesis Doctoral devenida libro *El Sexo de los Ángeles. Una mirada de género a los medios de comunicación* (2010), analiza la construcción de los discursos mediáticos nacionales en escenarios tan diversos como la música, el humor, las telenovelas y los programas informativos.

Una considerable porción de las aproximaciones teóricas desde esta arista proviene de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, los cuales encuentran antecedente en la Tesis Doctoral de la investigadora María Margarita Alonso *Recepción de telenovelas. Un enfoque teórico metodológico para su estudio* (1999). La autora refiere las significativas diferencias en el consumo y apropiación de las telenovelas entre hombres y mujeres y aunque no asume la perspectiva de género como categoría para abordar las audiencias, sí la considera una de las principales mediaciones en los procesos de recepción.

Abundan de igual manera Trabajos de Diploma que estudian la representación de la masculinidad y la feminidad en el discurso periodístico de varios medios y espacios noticiosos. Otros se acercan a las ideologías profesionales que inciden en la construcción social de género, a los procesos de producción periodística y la creación de los discursos desde este enfoque.

Dentro del marco de las investigaciones sobre género y medios es notable *Acercamiento a un estudio de género en los programas de la Televisión Cubana* (2013), de la profesora Danae C. Diéguez, en la cual se presenta un monitoreo de los cinco canales de la televisión nacional, el Canal Habana y los segmentos de la programación de Telesur transmitidos en la Isla. El mismo concluye que la

programación televisiva cubana no muestra un enfoque de género coherente, ni su transversalización² va más allá de los espacios identificados con el tema mujer.

Por su interrelación con la presente investigación es válido mencionar como referente la Tesis de Maestría *Construcción Social de las feminidades y masculinidades en el discurso periodístico audiovisual del programa Portada Informativa de Televisión Camagüey* (2015) de Meily Sierra Rodríguez. La misma determina las fuentes y actores de la comunicación que construyen el discurso periodístico según áreas temáticas, géneros periodísticos, elementos del lenguaje audiovisual, estrategias y estructuras discursivas que jerarquizan determinadas masculinidades y feminidades.

Más cercanas a nuestro ámbito académico, en la Universidad de Holguín se han desarrollado tesis de licenciatura donde se analizan desde la perspectiva de género los discursos periodísticos de los telediarios del canal territorial Telecristal y los procesos de recepción de los informativos según el género de los televidentes, así como los contenidos noticiosos en el sitio web y en la versión impresa del semanario provincial *jahora!*, las cuales persiguen el objetivo de visualizar las prácticas comunicativas hegemónicas y el predominio masculino presentes en estos medios.

Sin embargo, el incremento de las investigaciones sobre el género no basta para garantizar una mirada adecuada desde la programación informativa audiovisual pues persisten prejuicios, a nivel más o menos consciente, que afloran en las obras, además de la evidente falta de interés, preparación y discusión del tema entre periodistas y realizadores.

Aunque existen cada vez más numerosos intentos por parte de periodistas sensibilizados, la influencia negativa de la dinámica de las rutinas productivas, las ideologías profesionales y la conformación de la agenda editorial, redundan en un inadecuado e insuficiente abordaje de las cuestiones de género en la concepción de la programación informativa y consecuentemente en los productos periodísticos.

Además, algunas de las políticas implementadas poco contribuyen a la superación de las debilidades. Por ejemplo, la forma en la cual el Instituto Cubano de Radio y

²Transversalización de la perspectiva de género es tomar en cuenta y valorar, en todas las dimensiones y factores del proceso de desarrollo, las capacidades, fortalezas y limitaciones para la participación y para una valoración igualitaria de los aportes de mujeres y varones.

Televisión (ICRT) ha orientado la aplicación de la perspectiva de género en todo su sistema de telecentros es puramente formalista, pues se basa en cuantificar las veces en que fue abordado el tema sin evaluar la calidad de los productos, el empleo de lenguaje e imagen inclusiva, así como el adecuado enfoque o tratamiento de los mismos.

Todo ello ha repercutido en que la televisión en Holguín haya utilizado escasamente el impacto de la imagen, la voluntad estética y los recursos del lenguaje audiovisual para proponer materiales periodísticos donde se traten los diferentes indicadores mediante los cuales se manifiesta de forma adecuada el género, en correspondencia con sus posibilidades expresivas.

Sondeos realizados por el Departamento de Investigaciones Sociales de Telecristal, han revelado que el programa de preferencia de los televidentes es la revista informativa *En Primer Plano*, espacio de mayor carga noticiosa y tiempo de emisión durante la semana. Sin embargo, no se advierte la presencia de trabajos relacionados con el género de manera habitual y las creaciones audiovisuales reflejan en su discurso construcciones estereotipadas que reproducen las concepciones tradicionales.

En ellos el proceso de realización, la selección de las fuentes y el uso del lenguaje audiovisual no se asumen desde una óptica transversalizadora. Por su parte, no se ha realizado ningún análisis de este programa en cuanto al tratamiento de las construcciones del género en el discurso periodístico, lo cual valida la pertinencia de acometer la presente investigación.

Es necesario comprender que cualquier producto comunicativo audiovisual, deja inscrito en su discurso, junto a otros, la ideología de género, aunque este no se asuma como eje temático central. Asimismo, es ineludible que periodistas y realizadores/as de Telecristal conozcan cómo abordar en sus trabajos la realidad desde esta perspectiva y ser conscientes de cómo contribuyen a fijar o desjerarquizar patrones de comportamiento.

Por ello se plantea el siguiente **problema de investigación**: ¿Cómo construir el discurso periodístico audiovisual de la revista informativa *En Primer Plano* de Telecristal, desde la perspectiva de género?, cuyo **objeto de estudio** se localiza en: el

Discurso periodístico audiovisual, para responder al **objetivo científico** de: la elaboración de un conjunto de pautas para favorecer la perspectiva de género en el discurso periodístico audiovisual de la revista informativa *En Primer Plano* de Telecristal.

Las categorías anteriores conducen a determinar el **campo de estudio** como: la perspectiva de género en el discurso periodístico audiovisual de la revista informativa *En Primer Plano*.

Las **interrogantes científicas** que condujeron la investigación, son las siguientes:

- 1- ¿Cuáles son los principales antecedentes históricos de los estudios de género y su relación con la producción periodística audiovisual?
- 2- ¿Qué referentes teóricos sustentan la construcción del discurso periodístico audiovisual, desde la perspectiva de género?
- 3- ¿Cómo se construye el discurso periodístico audiovisual de la revista informativa *En Primer Plano*, desde la perspectiva de género?
- 4- ¿Cómo favorecer el discurso periodístico audiovisual de la revista informativa *En Primer Plano*, desde la perspectiva de género?
- 5- ¿Qué valor se le atribuye a la propuesta?

Para dar respuestas a las interrogantes científicas fueron planteadas como **tareas de investigación**:

- 1- Analizar los principales antecedentes históricos de los estudios de género y su relación con la producción periodística audiovisual.
- 2- Determinar los referentes teóricos que sustentan, desde la perspectiva de género, la construcción del discurso periodístico audiovisual.
- 3- Caracterizar el discurso periodístico audiovisual de la revista informativa *En Primer Plano* desde la perspectiva de género.
- 4- Elaborar un conjunto de pautas para favorecer la perspectiva de género en el discurso periodístico audiovisual de la revista informativa *En Primer Plano*.
- 5- Validar la propuesta mediante su análisis en grupos de discusión conformados por periodistas del medio de prensa.

En función de la solución del problema científico y con ello dar cumplimiento al objetivo propuesto, se emplearon los siguientes **métodos científicos**:

Del nivel teórico:

- Histórico-Lógico: permitió analizar la evolución de los estudios de género y las investigaciones relacionadas con estos tópicos y la comunicación.
- Análisis-Síntesis: para indagar en las principales aportaciones teóricas y conceptos afines con el género y los presupuestos para construir productos periodísticos audiovisuales teniendo en cuenta este enfoque.
- Inducción-Deducción: para indagar desde sucesivas aproximaciones relacionadas con el conocimiento del objeto y campo de investigación, hasta llegar a las principales aportaciones teóricas y conceptuales, así como en la comprensión de los presupuestos para construir productos periodísticos audiovisuales, lo que también permitió diagnosticar y caracterizar los productos informativos de la revista informativa *En Primer Plano*, concentrado en el empleo y tratamiento del enfoque de género.

Del nivel empírico:

- Observación científica participante: permitió visualizar el fenómeno desde su interior, pues la investigadora formó parte del equipo de periodistas y tributaba con sus trabajos a la revista informativa. Propició evaluarlo desde una óptica especializada por los conocimientos de las rutinas productivas del medio.
- Revisión documental: utilizado en la revisión de documentos para desarrollar la base teórica y establecer las categorías de análisis. Se consultaron materiales, investigaciones científicas, libros y artículos digitales e impresos. Incluyó además la observación de los productos periodísticos y los programas para el diagnóstico y análisis del discurso audiovisual.
- Análisis crítico del discurso audiovisual: a través de él se establecieron los resultados del estudio a *En Primer Plano* para evaluar cómo se abordan los temas de género. Herramienta muy útil en el examen de los elementos que a nivel discursivo reproducen y jerarquizan las construcciones sociales tradicionales. Se valoraron indicadores en los

cuales se manifiesta el género como estructuras y estrategias discursivas, fuentes de información, función de los actores de la comunicación y elementos del lenguaje audiovisual.

- Entrevista en profundidad: a periodistas y otros realizadores involucrados con la revista informativa objeto de análisis para explorar sobre los conocimientos que poseen sobre los temas de género, cómo lo tratan en sus productos, el interés en abordarlos y el uso de las herramientas que este enfoque propone para construir productos donde se evidencie la equidad.

- Grupos de discusión: implementado para someter a criterio de periodistas y realizadores, la novedad, pertinencia y necesidad de la propuesta presentada como aporte. Sirvió como complemento de triangulación para confirmar las conclusiones preliminares del estudio. Asimismo, se indagó en recomendaciones derivadas de la socialización de los resultados.

El **aporte de la investigación** es el conjunto de pautas para favorecer la perspectiva de género en la construcción del discurso periodístico audiovisual de la revista informativa *En Primer Plano*. De tal modo la **novedad** está dada en que las pautas ofrecen indicaciones que les permiten a los periodistas emplear, especialmente en la creación de productos periodísticos audiovisuales, presupuestos teóricos para el tratamiento y la construcción discursiva de las temáticas de género.

La **selección de la muestra** estuvo determinada por veinte emisiones de la revista informativa *En Primer Plano*, escogidas durante los meses de febrero, marzo y abril de 2016. Fueron elegidos cuatro programas correspondientes a cada día de la semana para evitar desbalance entre las secciones habituales que salen al aire en días establecidos.

El informe de esta investigación se encuentra conformado por introducción, dos capítulos, conclusiones, recomendaciones, bibliografía y un cuerpo de anexos justificados en el desarrollo del mismo.

CAPÍTULO I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA CONSTRUCCIÓN DEL GÉNERO EN EL DISCURSO PERIODÍSTICO AUDIOVISUAL

1.1 Antecedentes históricos de los estudios de género

La Teoría de Género supone un campo epistemológico propio con una perspectiva inter o multidisciplinar que diversifica las miradas en la ciencia y apuesta por la alteridad, asume lo femenino y lo masculino como construcciones culturales y remite al estudio del contexto en el que se dan las relaciones de género.

Los estudios de género se insertan en el ámbito del conocimiento que se preocupa del modo en que “las diferencias sexuales son asumidas culturalmente como desigualdades entre las personas de uno u otro sexo, en un contexto social e histórico determinado. Aluden tanto a relaciones sociales entre identidades femenina y masculina, como a relaciones económicas, políticas y a la condición histórica”. (Hernández Chávez, 2001: 34)

El género, es entendido como una construcción sociocultural e histórica que identifica las características socialmente construidas a partir de las diferencias sexuales, que definen los ámbitos del ser y quehacer femenino y masculino dentro de contextos específicos. Así la categoría género, como concepto, es de reciente incorporación al análisis científico y su génesis viene de los estudios antropológicos, sociológicos y psicológicos, aunque su esencia haya sido planteada por el feminismo.

Desde que se iniciaron los primeros movimientos sociales el siglo XVIII, la lucha de las mujeres por la igualdad de derechos para ambos sexos ha sido una constante, encabezada por el movimiento feminista, con el objetivo de conseguir la equidad entre las personas en todas sus dimensiones.

Como corriente política y cultural, el feminismo, si bien tiene sus orígenes a finales del siglo XVIII, no es hasta principios del XIX que toma formas organizativas y colectivas, y a mediados del XX alcanza su más amplio desarrollo. La obra del filósofo Francois Poulain de la Barre y los movimientos de mujeres de la Revolución Francesa se alzan como momentos clave en el desarrollo del feminismo moderno.

El texto de Poulain, *Sobre la igualdad de los sexos* (1673) fue el primero en hacer demandas por la igualdad sexual. En él expone que el trato discriminatorio que sufren las mujeres no tiene fundamento natural, sino que procede de prejuicios culturales; no obstante, durante el siglo XIX comienzan a desarrollarse los grandes movimientos sociales y en este contexto el feminismo aparece como una corriente social de carácter internacional. Aun cuando en Europa se dieron los primeros antecedentes, este tuvo su sede más activa en Estados Unidos, donde el fenómeno de la esclavitud hizo que muchas mujeres se unieran para combatirlo y ganaran experiencia organizativa.

En este marco surge el movimiento sufragista como una corriente interclasista que consideraba que cuando las mujeres consiguieran el voto y el acceso al parlamento se iniciarían los cambios en leyes e instituciones. Informaciones consultadas en el manual *Apuntes para la Igualdad* (2005), del Cabildo de Tenerife, exponen que las sufragistas lograron llevar al Senado estadounidense en 1917 a Jeannette Rankin como primera senadora de la historia y en 1920 se consiguió el voto para las mujeres.

La lucha del feminismo sufragista y sus resultados dieron paso a una época de cierto vacío ideológico que llenó luego el Socialismo, al señalar las diferencias entre mujeres de distintas clases sociales. Los cimientos de la corriente socialista los estableció la alemana Clara Zetkin, directora de la revista femenina *Igualdad*. Destacó además la feminista rusa Alejandra Kollontai, quien, basada en las ideas marxistas, defendió el amor libre, la legalización del aborto, la igualdad de salario, la socialización del trabajo doméstico y la necesidad de cambiar la vida íntima y sexual de las mujeres. (Cabildo de Tenerife, 2005)

El siglo XX trajo consigo un nuevo despertar del movimiento feminista, inserto en las ideologías del liberalismo y el socialismo. Uno de sus aportes principales en esta etapa fue la introducción en el debate social y cultural la idea de que las prácticas sociales de mujeres y hombres no se determinan solo por las características biológicas y naturales, sino por medio de construcciones culturales profundamente enraizadas. De este modo, desde las luchas y el desarrollo del pensamiento feminista ha sido promovida la construcción teórica sobre el género.

Uno de los primeros asomos al tema fue la obra de la antropóloga norteamericana Margaret Mead, con sus investigaciones en comunidades de Nueva Guinea.

Publicadas en 1935 bajo el título *Sexo y temperamento en tres sociedades primitivas*, hicieron, por primera vez, un cuestionamiento al llamado carácter "natural" de las diferencias entre hombres y mujeres, incluidas las físicas. Mead demostró que no todas las comunidades están organizadas de manera patriarcal y los roles asignados tradicionalmente no estaban distribuidos al igual que en las sociedades occidentales.

Sus demostraciones coincidirían con los planteamientos de la novelista y filósofa francesa Simone de Beauvoir referentes a que la femineidad se construye de manera independiente de la herencia biológica. Ambas pensadoras apuntaban desde entonces el carácter constructivo del género como fenómeno histórico-social.

En el año 1949 Beauvoir enuncia la célebre frase que impulsa el movimiento feminista del siglo XX: "Una no nace mujer, sino que se hace mujer", en su texto paradigmático *El Segundo Sexo*. En él incorpora un profundo análisis sobre el papel de la mujer en la sociedad y así sus reflexiones abrieron un nuevo campo de indagación intelectual concerniente a la interpretación de la igualdad y la diferencia de los sexos.

Durante muchos años la ciencia utilizó el concepto de sexo para establecer las diferencias entre los seres humanos asumiendo criterios básicamente biológicos. De ahí que todo lo relativo al mundo espiritual de las personas, sus comportamientos y funciones quedaba excluido de estas definiciones.

El origen del término género se reconoce en la obra de John Money, psicólogo de Nueva Zelanda, quien en 1951 empleó por primera vez el término *gender* con un sentido de construcción social para referirse a un componente cultural en la formación de la identidad sexual. Money realizó un estudio en personas transexuales para confirmar su hipótesis de que a los individuos, mediante la educación, se les pueden asignar papeles que no se correspondan con su sexo biológico.

Esta primera referencia al género como concepto varió su contenido hasta lo que hoy es conocido. El libro *Sexo y Género* (1968), del psicoanalista estadounidense Robert Stoller, marca el origen de un debate terminológico y filosófico que tardaría en cerrarse. De esta manera, Money y Stoller fueron pioneros en abordar la relación entre sexo y género. Demostraron que las identidades dependen más de las formas en que los

individuos son socializados y de la identidad asignada por los padres que de los datos biológicos u hormonales heredados.

Según Carmen Hernández Chávez (2001), la década de los '60 fue una etapa determinante para la construcción de nuevos conceptos, período matizado por la aparición y desarrollo de movimientos sociales, académicos y políticos de impacto como el movimiento negro estadounidense, los grupos indigenistas en América Latina, la corriente *hippie* y la Segunda Ola del feminismo³.

Entre 1967 y 1975 se articula el movimiento feminista radical, el cual se identificó por su oposición al sistema imperante y distanciamiento del feminismo liberal. Su máxima exponente, la escritora y activista estadounidense Kate Millett, en *Política sexual* (1970) ofrece una crítica a la sociedad a partir de la categoría *patriarcado* del sociólogo alemán Max Weber e insiste en el tema sexual para explicar la dominación masculina.

Esta corriente transfiguró tanto la teoría como la práctica, pues propició la famosa revolución de las mujeres del siglo XX. Sin embargo, los debates internos de este colectivo, unido a un desgaste activista, dio lugar a mediados de los años setenta al fin del activismo del feminismo radical. Luego de este declive, en la segunda mitad de los '70, un sector se configura como feminismo de la diferencia, el cual afirmaba que las mujeres son realmente diferentes a los hombres, mientras exaltan las características "naturalmente femeninas". Las corrientes más significativas fueron la francesa y la italiana, y sus principales exponentes Karen Harvey, Annie Leclere y Luce Irigaray. (Hernández Chávez, 2001: 32)

Las *Conferencias de la Mujer* celebradas a partir de 1975 en México, estimularon una producción académica internacional sobre los estudios de género en la que destacaron autoras como las norteamericanas Gayle Rubin y Joan Scott, las mexicanas Marcela Lagarde y Marta Lamas y la italiana Teresa de Lauretis.

Por esta misma época coincidieron otras tendencias teóricas y al unísono con el desarrollo de los estudios de género, a partir de los años setenta, "comenzaron a aparecer grupos de hombres que, principalmente desde la academia, se interesaron

³La Primera Ola inicia con la obra de Poulain de la Barre *De la igualdad de los dos sexos* en el siglo XVII.

por las dinámicas propias que permeaban la vida de los varones y el proceso de construcción socio-cultural de su género". (González Pagés, 2010: 11)

El feminismo conoció profundas transformaciones en la década de los ochenta, años conservadores, pero no de abandono en la lucha por los derechos de las mujeres. Aun cuando la etapa de las demandas frenéticas de las radicales acababa, esta dejó nuevas formas de organización política, una mayor visibilidad de las mujeres y sus problemas en la esfera pública y animados debates en el sector.

Aparece en esta época la tendencia del feminismo institucional, la cual favoreció el surgimiento de ministerios, centros académicos y Organizaciones No Gubernamentales (ONGs). Desde ellos se analizaban los problemas y se proponían demandas para revertir la situación de las mujeres. En cuanto a los estudios, generaron nuevas categorías de análisis que permitieron visibilizar viejos problemas como la violencia doméstica, el acoso sexual y la feminización de la pobreza.

Algunas investigaciones sobre masculinidades acompañaron las luchas por la equidad en esta década. La perspectiva de los derechos masculinos (*Men's rights*), estuvo integrada tanto por varones procedentes de posiciones profeministas partidarios de derechos igualitarios, así como los defensores de derechos patriarcales afiliados a posiciones liberales que consideraban que era necesario protegerse del feminismo radical.

A pesar de la emergencia de nuevas tendencias feministas, en general esta fue una etapa de retroceso en las reflexiones sobre las relaciones sociales y de género y hubo vacíos teóricos en la comprensión del funcionamiento de las sociedades para entender la subordinación de las mujeres, el papel de los hombres y la variedad de identidades. Debido al déficit teórico presente en los '80, aparece en los '90 la necesidad de indagar, además de en las relaciones hombres-mujeres, en los vínculos hombres-hombres y mujeres-mujeres; es decir, estudios que complementasen la expansión del concepto de género y su definición como construcción social.

Una de las corrientes que revolucionó las concepciones en esta década fue la Teoría *Queer*, la cual supera la concepción binaria de una sola masculinidad o feminidad al incluir en las dinámicas de género las orientaciones no heterosexuales. Esta afirma que

en la orientación e identidad sexual, al resultar de construcciones sociales, no existen papeles sexuales esencial o biológicamente inscritos en la naturaleza humana, sino formas socialmente variables de desempeñar uno o varios papeles sexuales.

La principal representante de esta vertiente es la estadounidense Judith Butler, quien concibe el género “no como una categoría estática, sino como un proceso mediante el cual recibimos significados culturales, pero también los innovamos”. (Butler, 2001: 17) Advierte que no es posible ser un solo sexo o un solo género, sino que este debe entenderse como un hacer, un desempeño que conformará la identidad de cada individuo.

Lo novedoso de su propuesta es precisamente la incorporación a la noción de género como una actividad performada⁴, a que esta es constante, cultural y en permanente construcción. Desde esta perspectiva propone la posibilidad de que las representaciones sexo/género puedan ser reconsideradas y subvertidas a través de la voluntad y la actuación de la persona en un marco social determinado.

Por otra parte, las líneas principales de estudio sobre masculinidad en los noventa fueron la reflexión histórica y antropológica sobre la masculinidad para reconocer los aspectos no dichos por los relatos tradicionales. La más relevante, según González Pagés (2010) fue la perspectiva mitopoética, corriente orientada a establecer una masculinidad tradicional-moderna en vez de un modelo alternativo, a partir de la búsqueda del reencuentro de la energía masculina en tiempos de “feminización de los hombres”. Sus principales seguidores estuvieron en los Estados Unidos, liderados por el poeta Robert Bly.

Teniendo en cuenta los aportes orientados a estudiar categorías que hasta el momento la ciencia no había cuestionado, se puede considerar que en esta década se perfiló el impulso que alcanzaría el estudio del género en el nuevo milenio, cuestión dada por la aparición de otros términos y criterios acerca de la conformación de identidades y una diferente visión del género y su interrelación con otros indicadores anteriormente preteridos.

⁴ La performatividad del género es para Butler lo que en la cultura naturaliza la heterosexualidad y a su vez se hace estrategia de sobrevivencia en estos sistemas obligatorios.

En el siglo XXI los estudios de género han tenido un despegue increíble, se ocupan del reconocimiento de las diferencias en la sociedad en cuanto al rol que desempeñan hombres y mujeres en los diversos ámbitos de la vida social, política y económica, así como a las oportunidades de educación, trabajo, desarrollo profesional, acceso a los recursos económicos y a la toma de decisiones. También se incorporan aristas sobre género en economía, política, agricultura y desarrollo local. Pero ellos no sólo abordan la desigualdad y discriminación hacia las mujeres, sino que han abierto campos de investigación sobre masculinidades, violencia, identidad y diversidad sexual.

En Cuba, los estudios de género tienen su génesis en las investigaciones sobre la mujer que comenzaron a realizarse en la década del '60 del siglo XX de la mano de instituciones creadas por la Revolución, como la Federación de Mujeres Cubanas (FMC).

Hasta finales de los '60, los estudios de género presentaron una insuficiente mirada a la persistencia de desigualdades, a su reproducción en los espacios socializadores, a la esfera privada y subjetiva, además de la invisibilización de prejuicios sexistas discriminatorios y la omisión de temas como la violencia contra la mujer bajo el supuesto de su no existencia en el socialismo. En contraposición, se privilegiaron las investigaciones sobre la situación de la mujer cubana en áreas de impacto de las políticas sociales (empleo, salud, educación); los estudios históricos, sobre divorcio, familia o sexualidad. Desde las más diversas disciplinas se enfatizó en el nuevo lugar de las mujeres y las rupturas de espacios tradicionales.

A juicio de la investigadora Norma Vasallo (2012), los estudios de género como tal, comenzaron a mediados de la década de los '80 y adjudica las razones de la llegada tardía, a la apreciación del feminismo como movimiento burgués, y a las ideas de que, como los logros alcanzados por la Revolución colocaban a las cubanas en ventaja respecto a otras mujeres, las políticas y mecanismos jurídicos implementados bastaban para superar las desigualdades.

En la segunda mitad de este decenio, a propuesta de la FMC surgen centros de estudios y Cátedras de la Mujer en las universidades del país, impulsores de investigaciones que tenían a la mujer como objeto de interés. En un inicio enmarcaron los análisis desde enfoques meramente femeninos y no dedicaron espacios al género

como construcción social vinculando las relaciones hombre-mujer, mujer-mujer, hombre-hombre, su interacción con la sociedad y los mecanismos que contribuyen a mantener la dominación masculina. Es a inicios de los noventa cuando se incentivan los estudios de este tipo.

En 1996, en el Seminario Nacional *Las Cubanas de Beijing al 2000*, se analizó la plataforma de acción acordada en Beijing (1995) y se elaboró el *Plan de Acción Nacional de Seguimiento a la Conferencia de Beijing*. Este documento integró el grueso de las políticas y propuestas de acciones a favor de la eliminación de la discriminación contra la mujer y la implementación de objetivos estratégicos para lograr el ejercicio de la igualdad de derechos y oportunidades.

Con este plan se incorporó por primera vez la perspectiva de género, al comprender que la equidad de la mujer no sólo se logra con la toma de conciencia de las relaciones de subordinación, sino que incluye el trabajo con las esferas y actores sociales para buscar las causas de esa subordinación. Esta situación promovió espacios para el estudio y debate en muchos sectores fuera de los marcos de la academia y dentro de ella en temas relacionados con identidad femenina, salud reproductiva, historia, violencia, raza, mujer rural, empleo y poder.

En la actualidad, numerosas son las instituciones consagradas a investigar sobre cuestiones de género y emprender acciones para transformar la hegemonía patriarcal, tanto desde la perspectiva de la mujer como desde las masculinidades. Entre ellos se encuentran la Federación de Mujeres Cubanas (FMC), las Casas de Atención a la Mujer y la Familia, el Centro Nacional de Educación Sexual (CENESEX) y el Instituto Internacional de Periodismo José Martí.

Entre los principales estudiosos/as, Norma Vasallo Barrueta, Marta Núñez Sarmiento e Isabel Moya Richard han analizado la representación social del rol de la mujer, las féminas en empleos tradicionales y no tradicionales, así como la influencia de los medios de comunicación en la formación de las subjetividades y la imagen de la mujer, respectivamente. El historiador Julio C. González Pagés, ha ofrecido notables aportes a la visibilización de las mujeres en la historia de Cuba y a los estudios sobre masculinidades.

Según Norma Vasallo (2012), los estudios actuales privilegian temas vinculados a la mujer en su papel en áreas la historia, participación política y acceso a puestos de toma de decisiones, los procesos de (re)producción de desigualdades, así como su presencia en la agricultura y el desarrollo local. También se priorizan estudios referentes a la identidad y orientación sexual, a la salud en la mujer (sexual y reproductiva), su imagen en los medios y como objeto/sujeto de la creación artística/literaria, el impacto de los procesos migratorios y problemas sociales como la prostitución. No obstante, prevalecen vacíos en cuanto a la imagen de los varones en los medios y fenómenos como la migración y prostitución en torno a los mismos.

1.2 Género y Comunicación. Análisis teórico

Un espacio cada vez mayor en las Ciencias Sociales ha ido ganando la Teoría de Género, y como expresión y resultado del feminismo académico ha enriquecido su cuerpo teórico hasta considerarse una de las revoluciones epistémicas más importantes del siglo XX.

En estrecha relación con la Teoría de la Comunicación, cada una de ellas se ocupa, desde su arista particular, de estudiar los procesos culturales e incorporar a ellos el devenir cotidiano y las prácticas discursivas. Precisamente, la interrelación entre ambas se sostiene en el vínculo que han creado por la utilización de una serie convergente de 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*.

Varias son las construcciones teóricas que, desde diversos enfoques comunicológicos y mediológicos, han intentado explicar el fenómeno del género. En la esfera de la comunicación, estos forman parte de la tradición de los Estudios Culturales (*Cultural Studies*) iniciados en universidades de Inglaterra y Estados Unidos a partir de las décadas del '60 y '70 del pasado siglo, y las principales zonas de superposición de intereses del feminismo y los Estudios Culturales se centraron en el análisis de la cultura y la representación popular.

Con el resurgimiento feminista en estos años se comienza a tomar conciencia de la influencia que, en esta esfera, ejercen los medios de comunicación al ser transmisores

de esquemas y valores de la sociedad, y que de ellos partieran muchos de los cambios necesarios para consolidar la equidad entre los sexos.

Los trabajos de la investigación feminista que más influyeron en los estudios culturales, fueron la crítica cultural feminista del cine, la televisión y los periódicos. De modo que, según Martínez Terrero (2006: 41), “el interés de ambas corrientes converge en el proceso de consumo y recepción de cultura, y confluyendo en el nivel de la ‘gran teoría’ (teorías de medios, cultura y sociedad, o teorías ‘macros’), que indican cómo son en realidad los medios”.

En este punto de las investigaciones, el feminismo supuso profundas rupturas en el desarrollo teórico de los Estudios Culturales pues ya la cultura no se percibe en cuanto cultura común, ni en relación con la función de dar sentido a la experiencia individual. “Se prefiere subrayar la cultura en cuanto diferencia, como culturas y pluralidad de experiencias. Algunas manifestaciones culturales, con subjetividades hasta entonces diferentes y negadas, imponen la fuerza de sus procesos de producción de sentidos y modifican los Estudios Culturales”. (Grandi, 1995: 90)

Tradición que comenzó a materializarse con el análisis, centrado ya no solo en los contenidos y los canales de los medios, sino prestando mayor interés en las dinámicas de disfrute (interpretando o usando lo visto en TV). “Los investigadores, en vez de investigar “cuántas personas” ven tal programa de TV (como harían los funcionalistas), prefieren ver “cómo” lo ven y “qué hacen” con las transmisiones que han visto”. (Sorice, 2005: 145, en Martínez Terrero, 2006: 44)

Así, teniendo en cuenta la premisa de los estudios culturales de que el receptor está inmerso en un contexto político, económico y social que matiza sus interpretaciones sobre los medios, los análisis de los procesos de recepción en la familia y la mujer televidente de *soap operas* (telenovelas), entre otras incursiones teóricas, generaron el nacimiento de la corriente a la cual José Martínez Terrero llama “crítico feminista cultural de la TV”.

Entre los múltiples estudios, fueron relevantes las aproximaciones de Courtney-Lockeretz (1971), que alertaban sobre la escasa representación de la mujer trabajadora en la publicidad. En este marco, Culley-Bennet (1976) apuntaron que las mujeres en

los anuncios publicitarios eran mostradas prestando más preocupación por su aspecto físico y por las tareas domésticas que por cuestiones de índole más compleja como la toma de decisiones.

De igual manera, las investigaciones de Tan (1982) y Zemach-Cohen (1986) introdujeron la idea de que los estereotipos en las relaciones sociales y de género están estrechamente relacionados con el consumo televisivo. Por su parte, Litcher y Rothmann (1986) analizaron la presencia femenina en los espacios informativos y series de televisión norteamericanas, y concluyeron que en los primeros solo una de cada tres presentadores era mujer y en las segundas, estas desarrollaban profesiones liberales como médicas, ejecutivas, abogadas y profesoras en porcentajes dispares.

Destacan además los estudios destinados a determinar el papel de la mujer en la estructura productiva de los medios: *La producción de la noticia* (Tuchman, 1983) y *Woman and radio* (Karpf, 1982). En tanto, Rogge (1989) advirtió sobre el impacto de la televisión dentro del sistema familiar, arista que contribuyó a definir relaciones interpersonales y clima comunicativo.

En esta corriente del criticismo feminista cultural de la TV también se analiza la relación entre los significados del texto y la formación de la subjetividad, entre los cuales David Morley (1986) y Dorothy Hobson (1989) indagan en programas como *Nationwide* y *Crossroads*. En ellos priorizan el acercamiento, esta vez no hacia los contenidos, sino a la recepción por parte de la familia y la mujer televidente de *soap operas*.

Estos análisis determinan que “la visión del hombre y de la mujer varían con respecto a la casa, pues para el hombre la casa (el hogar) es un lugar de descanso; para la mujer es lugar de trabajo, en el que debe preparar la comida y atender a los hijos. El hombre y la mujer perciben diversas cosas de las mismas *soap operas*”. (Sorice, 2005: 138 en Martínez Terrero, 2006: 44)

Avanzando un paso más, Hobson (1990) detectó que las telenovelas formaban parte de las relaciones interpersonales y de la cultura en los lugares de trabajo de las mujeres. También se hallan en este paradigma las investigaciones de Mary Ellen Brown (1994) sobre el disfrute femenino de las *soap operas*, donde establece que estas son de tipo patriarcal, pero las mujeres producen en grupo formas de resistencia:

desde poner en ridículo las conductas machistas hasta el desvelar los estereotipos. “Ella distingue dos formas de disfrute: el ‘placer activo’ de oposición ‘táctica’ a los modelos machistas dominantes (oposición a corto plazo), y el ‘placer reactivo’, que se organiza estratégicamente frente a tales modelos (oposición a largo plazo)”. (Martínez Terrero, 2006: 44-45)

De este modo, las investigaciones se encaminaron mayoritariamente a entender los procesos de recepción por parte de los sujetos, profundizando en productos audiovisuales dramatizados, pero no abordaban suficientemente cómo los emisores expresaban sus discursos y concebían la construcción de la realidad a través de otros géneros de no ficción, además del necesario análisis de cómo contribuían o no a recalcar estereotipos sociales.

Así, desde la declaración de 1975 como *Año Internacional de la Mujer*, el interés por estudiar las industrias de la comunicación y su relación con la mujer y luego el género, han adquirido un papel protagonista. En este entorno, las indagaciones sobre género y comunicación se desarrollan en tres vertientes: imagen, presencia de mujeres y hombres como comunicadores y los procesos de recepción.

En Cuba, la primera investigación multidisciplinaria para diagnosticar el tratamiento a los temas sobre la mujer en los medios de comunicación nacionales se realizó a propuesta de la Federación de Mujeres Cubanas (FMC) en 1988, precisamente en el marco del Seminario Nacional de Difusión y Evaluación de las Estrategias de Nairobi⁵.

El análisis determinó las tipicidades del tratamiento de la imagen, presencia y participación de las mujeres en la prensa impresa, la radio, la televisión y el cine, lo cual permitió elaborar un plan de acción encaminado a transformar los modos de representarlas y lograr una mayor participación de ellas en el proceso creativo. Los resultados arrojaron que en el tratamiento incorrecto de la mujer influyen factores como los estilos, métodos de trabajo y vicios en el quehacer periodístico y artístico.

⁵En la III Conferencia Mundial de la ONU sobre la Mujer de Nairobi, Kenia (1985), se concibió el primer programa de acción internacional para promover los derechos de las mujeres, denominado “Estrategias de Nairobi orientadas hacia el futuro para el adelanto de las mujeres hasta el año 2000”.

Casi una década después, la FMC realizó una nueva evaluación que tomaba en cuenta las orientaciones de la Conferencia de Nairobi de 1985 y las encomiendas de la Conferencia de Beijing en su acápite *J Mujer y medios de comunicación*. Dicha valoración corroboró los logros en el tratamiento de la imagen y presencia de la mujer en los medios y que, en relación con las aspiraciones de la comunidad internacional, Cuba mostraba notorios avances.

Además, en el documento programático de la primera Conferencia Nacional del Partido Comunista de Cuba, celebrada en enero de 2012, se incluyó como orientación, reflejar a través de los medios audiovisuales, la prensa escrita y digital, la realidad cubana en toda su diversidad en cuanto a la situación económica, laboral y social, género, color de piel, creencias religiosas, orientación sexual y origen territorial. Sin embargo, aunque existen estos documentos que norman la inclusión de las temáticas de género en las políticas de programación del ICRT, no se exige ni se controla la creación de productos audiovisuales y periodísticos desde este enfoque.

Respecto a la práctica de la comunicación, una observación a las agendas de los medios cubanos, muestra que, en los últimos años, los asuntos de género se han incorporado con asiduidad, a la vez que se gesta una conciencia para tratar estos aspectos con responsabilidad y mirada crítica.

Los profesionales de la comunicación social también se preocupan por incorporar un lenguaje inclusivo y en la televisión, por ejemplo, se emiten con frecuencia programas sobre sexualidad, derechos de las mujeres o paternidad responsable. No obstante, a criterio de investigadores como Julio C. González Pagés (2010) y Norma Vasallo (2012), los enfoques desde los que se abordan no son en ocasiones los más correctos, pues aun persiste la subrepresentación de voces femeninas y rezagos de un discurso androcéntrico que legitima el poder de la ideología patriarcal.

El giro temático en los productos audiovisuales de ficción en los últimos años ha contribuido a una visibilización de la diversidad y las problemáticas de género, mucho mayor que la generada en espacios informativos y periodísticos. Por ejemplo, las telenovelas han asumido posturas desde las cuales se presentan o critican dichos tópicos, creando un estado social de cuestionamiento hacia temas o situaciones

anteriormente preteridas y cambios en los procesos de recepción de estos productos audiovisuales.

Por su parte, en el ámbito comunicativo- informativo es cuestionable el tratamiento que la prensa otorga a algunos tópicos como la violencia machista, las orientaciones sexuales y los roles tradicionales femeninos en el ámbito privado.

Las complejidades, contradicciones y dificultades de la vida cotidiana y la creatividad de las cubanas para enfrentarlas son temas casi ausentes en los espacios informativos. Según Isabel Moya (2008), falta aun abordarla en su diversidad, pues la representación de la mujer negra y mestiza, además de insuficiente, no se corresponde totalmente con la realidad actual ni con las características multirraciales de las cubanas. La imagen de la mujer se presenta en ocasiones de manera desacertada cuando se resaltan otros atributos en detrimento de sus capacidades y habilidades físicas e intelectuales.

En muchos trabajos periodísticos dedicados a mujeres relevantes, lideresas o directivas “el tratamiento de la presencia femenina va de la “supermujer”, a la interrogante recurrente: “¿Cómo hace usted para compatibilizar su actividad laboral con la atención a su familia?”, pregunta que jamás se le efectúa a un hombre dirigente. O sea, que la entrevista, que supuestamente se realiza para potenciar a una mujer destacada en la vida pública, sigue reproduciendo el estereotipo de que la vida privada es sólo asunto de mujeres”. (Moya, 2009: 67)

En otros casos persiste la representación del estereotipo y/o el rol tradicional de responsable exclusiva del espacio privado. Como prima una concepción de que los espacios públicos son netamente masculinos, se enfatiza en destacar, a veces de manera forzada, que las transgresoras mantienen la feminidad, identificada esta con atribuciones externas tales como uñas pintadas, cabellos arreglados y una sensualidad marcada por la coquetería.

Por otra parte, todavía es notable cómo las agendas de los medios refuerzan la semblanza de mujeres destacadas en contextos como el *Día Internacional de la Mujer* y el aniversario de la FMC, para cumplir con las efemérides y el plan de trabajo; pero no siempre el enfoque de género es empleado conscientemente como herramienta para acercarse a la realidad y construir productos comunicativos encaminados al cambio.

En el folleto *Algo más que palabras* (2002), que recoge las acciones realizadas en camino a la equidad de género y sus resultados, se presenta un diagnóstico efectuado en 2001 donde se evidenciaba una situación bastante contradictoria: la coexistencia de productos comunicativos de calidad, no sexistas y que promueven la reflexión, frente a otros evidentemente discriminatorios, patriarcales y androcéntricos.

“Desde esa perspectiva, debido al papel de la televisión como agente de socialización, sería trascendente comenzar a trazar estrategias coherentes de manera intencionada, que tengan en cuenta la perspectiva de género, no transmitan modelos estereotipados de lo que es ser hombre o mujer y abarquen toda la programación y géneros dentro de ella”. (Rivera, 2009: 21)

Algunos pasos se han dado en tal sentido y con este objetivo se realiza desde hace varios años el Diplomado de Género y Comunicación en el Instituto Internacional de Periodismo José Martí, coordinado por la periodista Isabel Moya Richard, para capacitar a comunicadores/as sobre cómo elaborar productos con enfoque de género y emplear esta herramienta para abordar de otra manera la realidad.

Pero ello no es suficiente si no lo acompaña una conciencia de género, pues todo producto comunicativo está permeado por la subjetividad del comunicador/a, la mayoría educados en prácticas culturales sexistas.

Sin lugar a dudas, queda mucho camino por andar en el periodismo de género tanto en nuestro país como en el resto del mundo, pues los discursos legitimados por la costumbre son los principales obstáculos para su ejercicio pleno. Por ello la televisión tiene la misión pública de desmontar los estereotipos de género, romper y dinamitar esas representaciones estereotipadas y naturalizadas en la mente de los realizadores. Propiciar el compromiso ético con los enfoques de igualdad y no discriminación por motivo de género entre periodistas y realizadores es una urgencia actual de los medios de comunicación en Cuba.

1.3 Referentes teóricos que sustentan desde la perspectiva de género las prácticas discursivas

En el mundo contemporáneo los medios de comunicación son poseedores de una función ideológica que contribuye a cuestionar o reforzar las actitudes sociales y

culturales prevalecientes. Así, la capacidad de los medios de influir sobre la sociedad los convierten en un vehículo idóneo hacia el cambio social y resultan plataforma adecuada para el estudio de la variable género.

Uno de los campos de la comunicación en que actúa y se inserta la producción periodística con enfoque de género es la comunicación masiva, teniendo en cuenta que por la misma se entienden "los procesos sociales de comunicación organizados, institucionalizados y articulados con la ayuda de técnicas industriales de producción y reproducción" (Biskky, en Serrano, 1986: 52), en tanto es además "el proceso de producir información social (conocimientos, valores espirituales, valores morales) para un público amplio con el concurso de instituciones sociales que utilizan para estos fines, medios técnicos (prensa, radio, tv)". (Firsev en Serrano, 1986: 32)

En el panorama social los medios se inscriben como un aparato de actuación por excelencia sobre las ideologías de las masas en lo referente al tratamiento de los contenidos (donde definitivamente se incluyen las temáticas vinculadas con las relaciones de género), la representación de la realidad y para modular las concepciones a nivel subconsciente y el comportamiento de los individuos.

En este sentido, son reproductores del pensamiento dominante en cada realidad específica, constructores del universo simbólico, y la comunicación va más allá de la utilización de determinados recursos expresivos o técnicos; por lo tanto, los medios influyen decisivamente en la formación de las identidades. Igualmente pueden contribuir a perpetuar o, por el contrario, a atenuar prejuicios y estereotipos en la conformación de lo femenino y lo masculino y, a la vez, en el condicionamiento que estas visiones ejercen en la construcción, emisión, apropiación o rechazo de los mensajes.

En este proceso, los medios, como actores clave en la construcción de agenda, seleccionan la información que será parte del debate público, dinámica en la cual los/as periodistas escogen elementos de la realidad y deciden cómo comunicar lo noticioso.

Según Burton (en Digón, S.A: 3), "las noticias son inherentemente ideológicas ya que siempre constituyen una versión construida a partir de las fuentes de información y una

versión selectiva de los acontecimientos. Toda noticia pasa por los procesos de selección y construcción”.

Los recursos formales, estilísticos y de contenido legitiman el discurso televisivo en tanto “reproducción de la realidad”. En particular, los espacios informativos se caracterizan por proyectar un discurso verosímil, lo que supone una organización particular, además de la jerarquización de determinados acontecimientos. Sin embargo, estos procesos de selección, procesamiento y transmisión en los que se descontextualiza y recontextualiza la información, permiten asegurar que se trate no ya de reproducción sino de construcción de la realidad.

El valor de la imagen y el lenguaje verbal, que transmiten credibilidad y objetividad no son más que estrategias para clasificar los acontecimientos en un contexto de referencia preferente, son “prácticas de creación y transmisión de las noticias que bajo los imperativos profesionales del periodismo televisivo, se convierten en la forma natural de informar, construyendo determinados discursos dominantes que a través de sus contenidos y formas favorecen la transmisión ideológica”. (Digón, S.A: 5)

Los presupuestos de la *Agenda-Setting function* son convenientes para explicar cómo, en la selección de los contenidos que conforman las agendas mediáticas, generalmente se excluyen las temáticas de género y la manera en que ello repercute en la apropiación o rechazo de estos asuntos por parte de las audiencias.

Esta teoría sostiene que “como consecuencia de la acción de los periódicos, de la televisión y de los demás medios de información, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios públicos. La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen de su propio contenido. El público además tiende a asignar a lo que incluye una importancia que refleja el énfasis atribuido por los *mass media* a los acontecimientos, a los problemas, a las personas”. (Shaw en Wolf, 2005: 88)

La agenda, concebida como una lista de asuntos o temas (en inglés, *issues*) (Petrone, S.A en Cardoso, 2014), es calificada de diferentes modos en dependencia de quien la

cree: el medio, el público o los políticos. La existencia de estos tres tipos fundamentales de agendas se interrelacionan en el proceso comunicativo.

La agenda de los medios es la lista de asuntos con cobertura mediática (Petrone, S.A en Cardoso, 2014), pero en el entorno real ocurren muchos sucesos, que ni siquiera los medios pueden reconstruir la realidad sobre todos, por lo que se eligen los temas de preocupación pública más destacados para desarrollar coberturas informativas en torno a ellos. Este proceso se materializa en la selección, jerarquización y tratamiento de los acontecimientos y se encuentra mediado por diferentes factores, cuestiones abordadas en los estudios de *newsmaking* y las más recientes teorías de la *agenda-setting*.

Por su parte, las personas tampoco pueden experimentar toda la realidad social que las circunda; se ven imposibilitadas de hacerlo por el espacio, el tiempo y otros factores objetivos, por lo que una gran parte de esta les llega a través de los medios, quienes no transmiten la realidad en sí misma, sino una construcción de ella. De ahí que, al otorgar mayor prioridad a unas noticias que a otras, influyen en las percepciones de las audiencias acerca de determinados temas de la vida pública.

La extensión del trabajo periodístico, la posición dentro del periódico o programa informativo (de radio o televisión), el tiempo que se le dedica al tema que aborda, así como la prominencia son elementos a tener en cuenta en la conformación de esta agenda. (Cardoso, 2014). Las agendas mencionadas se relacionan además con la que proviene de la política, centrada en las respuestas y los planes de trabajo que ofrecen políticos e instituciones sociales sobre temas de su interés a los reporteros.

De esta manera la conclusión más general de las investigaciones sobre la *agenda-setting* es que la agenda mediática construye la agenda pública, impone temas sobre los cuales pensar, aunque existan determinados temas de la agenda pública que ignoran los medios.

En este punto juega un papel fundamental la política editorial, concebida como las “temáticas que se definen como de mayor importancia, con líneas trazadas que se determinan según el consenso entre directivos/as y periodistas. En el contexto cubano, es la traducción de la agenda del sistema político a la prensa. Esta agenda no necesariamente está formalizada, no tiene que existir un documento, modelo, o

acontecimiento que se pueda tomar como punto de referencia para fijar la política informativa, sino que muchas veces es resultado de la práctica, de la interacción constante entre estos dos entes de poder”. (García Luis en Legañoa, 2007: 19)

Esta se relaciona con los sistemas clasificatorios y las agendas temáticas habituales del medio, se encuadran en la política informativa sustentada, y remiten a una concepción determinada de la práctica profesional. En esta parte del proceso es, con intención o sin ella, donde se refleja y reproduce la discriminación por motivos de género, pero no solo en la selección temática o de los hechos acontecidos, sino también en la construcción del producto comunicativo que deviene de dicha selección.

En el contexto mediático actual 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 en Peña, 2012: 51).

Consecuentemente, 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. Generalmente, en la representación mediática a la mujer se le asignan características como sensibilidad, cuidado, papel auxiliar del hombre, mientras que a este se le atribuye valentía, fortaleza y capacidad de liderazgo.

Además, el tratamiento y empleo de fuentes de información establece una brecha en cuanto a contenidos segmentados o nivel de experticia de cada uno. Estas diferenciaciones marcan, a su vez, los diversos ámbitos en los que ambos sexos se desempeñan, con lo cual se continúa legitimando el androcentrismo como práctica habitual y hegemónica de la sociedad actual.

Con la exclusión o el tratamiento erróneo de estos temas, contribuyen a perpetuar estereotipos y roles donde los hombres son los protagonistas del ámbito público y la mujer se relega al privado. Por ello, el resultado de la inclusión de estos contenidos de manera sugerente y sistemática se debe perfilar con la intención de garantizar la apropiación de los mensajes por parte de los públicos.

Los estudios de *Newsmaking* y sus presupuestos sobre los procesos productivos pueden explicar y fundamentar las prácticas profesionales encargadas de conformar y difundir estos mensajes. Al ser un proceso inherente a la producción periodística y continuo a la selección de los contenidos, determinan la inclusión o exclusión de las agendas mediáticas y públicas, las temáticas de género y su posterior tratamiento, materializado en la construcción de los productos informativos. Ello se articula principalmente entre dos polos: la ideología profesional de los periodistas y la organización del trabajo y los procesos productivos.

El objeto de todo aparato informativo es el de ofrecer resúmenes de los acontecimientos significativos e interesantes en un mundo que está sobrecargado de sucesos. En un primer momento la selección de los hechos implica reconocer que un suceso es un acontecimiento y no una casual sucesión de procesos destinados a registrarse como tales.

La selección de dichos acontecimientos se determina según los criterios de noticiabilidad. Para el investigador Mauro Wolf (2005), “la noticiabilidad corresponde al conjunto de criterios, operaciones, instrumentos con los que los aparatos de información abordan la tarea de elegir cotidianamente, entre un número imprevisible e indefinido de acontecimientos, una cantidad finita y tendencialmente estable de noticias”. (2005: 55)

La noticiabilidad consta de varios criterios o valores cardinales para que las noticias alcancen existencia pública. Estos se articulan en función de la novedad y del interés de la noticia, “determinados por el grado y nivel jerárquico de los sujetos implicados en el acontecimiento noticiable, el impacto sobre la nación y el interés nacional, cantidad de personas implicadas en el acontecimiento e importancia y relevancia del acontecimiento respecto a la evolución futura de una determinada situación”. (Wolf, 1987: 61)

Es también importante que la noticia esté dotada de prominencia o notoriedad, rareza, desvele un conflicto, recurra a la emoción, al suspenso, al humor o a la aventura, y presente contrastes.

En los entornos crecientes de información, donde abundan acontecimientos con estas características, las mujeres y los grupos minoritarios, sus conflictos, sus miradas y sus luchas son relegadas e invisibilizadas. "Casi no se aborda su participación en la vida social porque en la formulación de las rutinas productivas y los innumerables valores noticia no es considerado tema de relevancia para las audiencias". (Moya, 2010: 36)

Según el *Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP)* (2010), la ausencia femenina como protagonistas de las noticias es más notable en asuntos de alta prioridad en la agenda informativa, como los de política y economía. El ligero incremento de la visibilidad de ellas ocurre en temas que ocupan menos espacio en la agenda noticiosa (cultura, ciencia y salud).

“Los relatos mediáticos son los principales conformadores de las configuraciones de nuestros días acerca de lo femenino, lo masculino, el cuerpo, la sexualidad; en resumen, la construcción social de género”. (Moya, 2010: 28)

La globalización de la información y la comunicación no sólo influye en el proceso de producción de los contenidos y conformación de las agendas, en la circulación de la información, sino además, en los modos de producción del conocimiento y el pensamiento.

Estas nuevas formas, y algunas no tan nuevas, pero recicladas para el siglo XXI, nacen heredando el sexismo de los procesos sociales que han primado hasta hoy, por lo que las experiencias de las mujeres, sus vivencias, necesidades y aspiraciones están ausentes o presentadas a conveniencia de la ideología androcéntrica.

La reproducción de la inequidad y el sexismo a través del lenguaje, los contenidos, las imágenes, las presencias y las omisiones se evidencian en lo mostrado y en las ausencias pues “las representaciones en los medios de comunicación de masas pueden actuar no sólo privilegiando ciertos valores y significados, sino también excluyendo o negando otros”. (Morant, 1998: 4)

Por tanto, no es solo necesaria la inclusión de los temas de género en las agendas, sino la selección de los mismos como hechos noticiables y por ende publicables, teniendo en cuenta estos criterios.

La analista de medios audiovisuales Teresa de Lauretis (1984) resalta que uno de los más importantes cruces del género y la comunicación se establece, a partir de la relación entre el discurso y el sujeto, y el estatus de este sujeto en la producción de sentido de lo que consideramos masculino y femenino. (De Lauretis en Moya, 2002)

Así, el género no es sólo una construcción socio-cultural, sino también un aparato semiótico, un sistema de representación que asigna, a través de los discursos, significados a los individuos dentro de la sociedad. Por lo que en este tratamiento, elección inadecuada y poco representativa de la mujer y los temas de género influye, la cultura profesional y los intereses de periodistas y comunicadores/as.

En este punto la cultura profesional es entendida como “un inextricable amasijo de retóricas de fachada y astucias tácticas, de códigos, estereotipos, símbolos, tipificaciones latentes, representaciones de roles, rituales y convenciones, relativos a las funciones de los media y de los periodistas en la sociedad a la concepción de los productos-noticia, y a las modalidades que dominan su confección. La ideología se traduce luego en una serie de paradigmas y de prácticas profesionales adoptadas como naturales”. (Garbarino, 1982: 10, en Wolf, 2005: 115)

En el proceso de producción de noticias influyen factores profesionales; “una serie de elementos de índole profesional, intelectual, subjetivo que (...) se traducen en términos de cultura profesional u oficio del periodista y abarcan los valores que dichos profesionales poseen o comparten, sobre las funciones de los medios y los periodistas en la sociedad, así como de los productos noticias y las modalidades que dominan su concepción”. (Barreda et al, 1991:18 en Amargós, 2015: 38)

Este factor es determinante, pues encierra el conjunto de saberes que conforman el ejercicio de la profesión (códigos, símbolos, tradiciones, rutinas, estereotipos, mitos) y aquellos valores y normas deontológicas aceptados conscientemente o impuestos formalmente en los medios.

Condicionamientos socio-históricos que prefiguran el escenario donde se desenvuelven los periodistas y los medios para los cuales trabajan, entre ellos factores religiosos, culturales, identitarios y éticos, así como el nivel educacional alcanzado y la estructura y protagonismo de la sociedad civil, preestablecen las ideologías profesionales con

acciones de autorregulación. En ella influyen igualmente las presiones políticas, económicas y judiciales recibidas por los medios ante la cobertura de determinados hechos.

Ante estas circunstancias los periodistas autorregulan la selección de los propios temas que abordarán y en ocasiones hasta el modo de hacerlo, condicionantes para que los discursos sean excluyentes de realidades relacionados con el género. Variables intangibles de la ideología profesional muestran que aun subsisten prejuicios, a nivel más o menos consciente, que se construyen desde la subjetividad personal y que afloran en las obras, además de la evidente falta de estudio, interés y discusión del tema entre los profesionales del ámbito periodístico.

Inciden en este aspecto elementos como los vacíos formativos para tratar la perspectiva de género, al no todos los profesionales estar sensibilizados y capacitados para ofrecer valoraciones serias y atinadas sobre las cuestiones de género. Incluso periodistas con inclinación en el tema encuentran dificultades para realizar una cobertura informativa desde este enfoque, dada por la imposibilidad de contar con información diferenciada por sexo que facilite la identificación de las brechas o por la carencia de fuentes especializadas en estos temas.

A estos factores se agrega la organización del trabajo y de los procesos productivos (rutinas productivas). En este sentido las rutinas productivas son “el conjunto de acciones y normas surgidas de las exigencias que genera la dinámica productivo-editorial-tecnológica de una empresa mediática y el intenso proceso de mediación objetivo presente en cada una de sus fases (recolección, selección y presentación). En estas se evidencia, además, el aprendizaje profesional derivado de ese quehacer que llega asociarse, como regla, a la repetición y las costumbres y tienen su repercusión en el resultado final de la labor periodística”. (Ricardo, 2006: 56 en Amargós, 2015: 42).

Para Roger Ricardo (2006), las rutinas devienen instrumento de control social sobre la labor de los periodistas en un amplio espectro de su actividad, donde están presentes los niveles jerárquicos superiores como el sistema político, entes de poder, dirección de los medios y fuentes relevantes, fundamentalmente.

Por tanto, las rutinas productivas están influenciadas por mediaciones, entre las que incluye aquellas que dimanan de la propiedad de los medios (tipo de propiedad, alianzas con las fuentes de poder, capacidad de negociación con aquellas, diseño de la política editorial y la tendencia a la concentración de capital en el sector), y la organización editorial y disponibilidad tecnológica, es decir, la estructura interna del proceso productivo y su vinculación con el parque tecnológico disponible y sus posibilidades.

Además, en las redacciones aun existen restricciones relacionadas con la organización del trabajo, sobre las que se construyen convenciones profesionales que determinan la definición de noticia, legitiman el proceso productivo, ya sea desde el uso de las fuentes a la selección de los acontecimientos y a las modalidades de confección.

La construcción de la información de interés público responde idealmente a la agenda de veinticuatro horas, que se relaciona con la agenda diaria de las actividades de la sociedad y permite la definición de la noticia como relato de lo que sucedió. Ese ejercicio está sometido casi siempre a presiones de tiempo, que obligan a una organización y a una coordinación afinadas basadas en prácticas rutinarias, con flexibilidad para ocuparse de sucesos imprevisibles.

Esta falta de tiempo es uno de los indicadores que inciden a la hora de profundizar en el tema de género, pues a menudo las rutinas profesionales hacen que el diarismo y la cantidad de información se interpongan e interfieran en su calidad.

Así, la labor periodística forma parte de un engranaje productivo en el que intervienen diversos factores: desde las concepciones ideológicas del medio hasta los condicionamientos de tiempo y espacio para la presentación de las noticias. Por tanto, la determinación de acontecimientos noticiables, la búsqueda y recolección de los datos, el procesamiento del material y la presentación final como noticia influyen en la concepción de productos que muestren discursos equitativos.

En este marco, la relación entre características de la organización del trabajo y los elementos de la cultura profesional es absolutamente estrecha y vinculante, y define justamente el conjunto de características que los acontecimientos deben poseer (o presentar a los ojos de los periodistas) para poder ser transformados en noticias,

momento en el que los temas relacionados con el género no siempre encuentran profesionales con visión certera que los conviertan en hechos noticiables y relevantes.

Toda esta hibridación teórica permite asegurar que los nexos entre las teorías de Género y de Comunicación integran el acto de procesamiento de la información y este a la vez incluye la naturaleza de la conformación, percepción y codificación de los mensajes por parte de las audiencias, proceso en el cual los medios tienen la responsabilidad de romper con los estándares de una sociedad dominada por el sistema patriarcal.

El entendimiento entre ambos presupuestos teóricos, su interrelación con los estudios del *Newsmaking*, los valores/noticia e ideologías profesionales demuestran que las prácticas periodísticas actuales condicionan los discursos que influyen de forma directa en las concepciones del género y el modo en que los medios de comunicación las proyectan.

De esta manera, amparados en su función ideológica, los mismos deben aprovechar sus potencialidades para incidir en la conciencia colectiva, cuestionar y transformar los imaginarios sociales y las prácticas discriminatorias a partir de la emisión de discursos donde todas las partes se vean identificadas.

No obstante, no se trata de imponer criterios para lograrlo, sino de proponer diversos puntos de vista, nuevas concepciones e interpretaciones sobre las relaciones de género entre los individuos y la conformación de las identidades.

1.3.1 Discurso periodístico audiovisual y perspectiva de género

El discurso constituye “la categoría central de la teoría del lenguaje en uso y la comunicación. Se emplea en un sentido restringido para aludir a una forma de utilización del lenguaje, los discursos públicos o, más estrictamente, la lengua oral; en un sentido amplio incluye la lengua escrita. De igual forma para referirnos al modo en que expresan sus ideas y políticas determinados grupos o partidos, por ejemplo, el discurso de los representantes de la izquierda, el discurso neoliberal, el discurso ecologista”. (Romeu, 2011: 10)

Por su parte Van Dijk entiende por discurso “tanto una forma específica del uso del lenguaje, como una forma específica de interacción social. Así, el discurso se interpreta como un evento comunicativo completo en una situación social”. (Van Dijk en Meersohn, 2005: 17)

Conceptualizaciones que permiten discernir el carácter multifactorial y polifuncional de las construcciones discursivas, que interrelaciona hasta los contextos en los cuales se emiten. El discurso no se encuentra solo constituido por el habla o el lenguaje escrito, sino por la integración de ambos componentes y matizado de intenciones dadas por el entorno social en que se expresa.

Asimismo, una situación comunicativa es parte integrante de las condiciones que la rodean, relacionando los procesos cognitivos, representaciones y factores socioculturales circundantes y así “los contextos nos dan cuenta de cómo la significatividad del discurso no sólo reside en su nivel micro estructural, sino también en su globalidad”. (Van Dijk, 1992: 15)

En ese sentido, el discurso periodístico como construcción de la realidad de un contexto determinado, incorpora no sólo elementos observables verbales o no verbales, interacciones sociales y actos de habla, sino además “las representaciones cognitivas y estrategias en la producción y comprensión del discurso”. (Meersohn, 2005: 31)

En uno de sus textos más importantes, *La noticia como discurso*, Van Dijk expone sus consideraciones sobre el discurso periodístico, entendido como “una forma de construcción de la realidad a partir de estructuras y estrategias discursivas, y determinadas fuentes de información que utilizan los medios de comunicación con el objetivo de informar, interpretar u opinar sobre sucesos que tienen lugar dentro y fuera del sistema social, según las líneas editoriales reguladas por cada medio. Se presenta como una interfaz discursiva que articula texto y contexto, por medio de un sistema que produce significación en consecuencia con los intereses del emisor y a través de un tratamiento específico del discurso”. (Van Dijk, 1990: 44)

La relación discurso-ideología-sociedad se enuncia a través de una variedad de estrategias que consisten en el empleo de determinadas estructuras semánticas,

sintácticas, marcadores discursivos y polifonía. En este marco “las relaciones o propiedades sociales como clase, género o etnicidad, son sistemáticamente asociadas con unidades estructurales, niveles, o estrategias del habla y el texto enclavados en sus contextos sociales, políticos y culturales”. (Van Dijk en Meersohn, 2005: 14-15)

De igual manera, en el caso particular de la retórica periodística, esta no se limita a las figuras usuales del habla sino que utiliza dispositivos estratégicos que “para ganar en veracidad, precisión y credibilidad incluyen el uso destacable de las cifras; un uso selectivo de las fuentes; modificaciones específicas en las relaciones de relevancia (...); las perspectivas ideológicamente coherentes en la descripción de los sucesos; los usos de argumentaciones específicas o esquemas de actitudes, los usos selectivos de personas e instituciones fiables, oficiales, bien conocidas y creíbles; la descripción de detalles cercanos, concretos; la cita de testigos oculares o participantes directos; y la referencia o apelación a las emociones”. (Van Dijk, 1990: 138)

Para el análisis del discurso como acción social Van Dijk (en Mengo, 2004) refiere varios niveles de estructura: sintaxis (uso de pronombres, construcciones pasivas, estilo, formalidad del registro, estructuras específicas de género), significado e interpretación (el análisis léxico es el componente más obvio del análisis ideológico del discurso), lo explícito y lo implícito.

En cuanto a los elementos que determinan un nivel implícito para la comprensión, la función ideológica de ocultar los hechos o condiciones sociales o políticas “reales” del discurso puede ser manejada semánticamente mediante diversas formas:

1. Estructuras esquemáticas: las posiciones ideológicas también quedan plasmadas en las estructuras formales del discurso: qué aparece en el titular, qué en el lead, qué resalta el cuerpo de la noticia.

2. Estructuras retóricas: predominan en los contextos persuasivos, y abarcan la repetición, la supresión, la sustitución, figuras de rima, paralelismos, comparación, metáforas, aliteración e ironía.

3. Interacción: estrategias en las que quedan impresas la posición social, el poder y el control que ejercen los miembros sociales de un grupo, los hablantes poderosos podrán controlar las estructuras contextuales de modo de prohibir la presencia de

ciertos participantes, sancionando formal o informalmente el léxico, cambiando los tópicos o la agenda de un encuentro. (Van Dijk, en Mengo, 2004: 77)

Van Dijk (1983) incorpora además al análisis de la estructura textual elementos del contexto comunicativo expresados a través de lo paralingüístico como la entonación, la proximidad, movimientos corporales, gestualidad, recursos que dotan de otros sentido y cargas semánticas a la cuestión ideológica de lo que se quiere decir y transforman las intenciones comunicativas.

Los elementos mencionados se agrupan para su análisis en dos categorías: estructuras locales o microestructuras y estructuras globales o macroestructuras. Las primeras caracterizan a las palabras, oraciones, frases y las relaciones entre estas; las segundas se corresponden con unidades mayores del discurso como los párrafos, secciones o el discurso como un todo, y ambas se interrelacionan de manera que cada una determina a la otra.

Así, un aspecto crucial del “significado global”, o macroestructura semántica, de un texto es su tema o asunto, que explica lo esencial o el resultado del texto como un todo. Sin embargo, tal asunto global se deriva (por macro-reglas) de los significados locales del texto, y viceversa, un texto no puede ser localmente coherente si no respeta la organización conjunta de un asunto global. (Van Dijk, 1983: 83)

“Las macroestructuras son semánticas y deben formularse en forma de proposiciones organizadas jerárquicamente, pueden estar expresadas o inferidas en el texto a través de macrorreglas que definen qué información es importante para el texto como un todo (revelan las intenciones comunicativas, actitudes, conocimientos, opiniones e ideologías del periodista o la institución y se resumen en el titular o el lead, poseen mayor poder mnemotécnico por tanto, mayor poder en la transformación de creencias y opiniones), qué generalizaciones pueden efectuarse y qué información puede agruparse conjuntamente dentro de una clasificación más global, o sea, mediante una macroproposición”. (Van Dijk, 1983: 85)

Estas apreciaciones explican cómo la noticia adquiere una dimensión significativa y una función comunicativa específica según la ubicación formal y jerárquica que se le

ofrezca en el discurso visto como un todo, lo cual, a la vez le otorga relevancia o disminuye su trascendencia informativa según el lugar que se le brinde.

En cuanto a esta importancia de la organización de los discursos en las macroestructuras de productos audiovisuales, se incorpora a esta investigación la sugerida por la filóloga española María de los Ángeles García Asensio (2009).

La superestructura propuesta por García Asensio (2009) es la estructura esquemática global, de carácter sintáctico-semántico y funcional que organiza jerárquicamente en el telediario, mediante categorías, los temas o macroestructuras del discurso. De manera que, a través de la organización de las noticias en cada una de las categorías (Cabecera, Apertura, Resumen de apertura, Resumen de cierre, Relato, Resumen intermedio, Término y Créditos) se valoriza la información y se condiciona su interpretación por las audiencias.

Este análisis de García Asensio permite dilucidar que en la estructura de los telediarios se establece una redundancia en los códigos verbales, sonoros y visuales que facilitan los procesos cognitivos y refuerzan la estrategia de verosimilitud, además de conferir coherencia y cohesión.

En lo que respecta al presente estudio resulta sumamente útil ya que devela la relación jerárquica que ese establece entre los temas y por tanto, la ideología que sustenta el discurso: qué cuestiones son importantes, a qué tácticas se recurre para enfatizar, crear conexiones emotivas y ofrecer relevancia a determinados asuntos.

En productos audiovisuales la significación del discurso se crea a partir de la yuxtaposición intencionada de los recursos lingüísticos orales o escritos con los códigos de la imagen y el sonido en una estructuración *sui generis* de los mismos. Por ello es determinante incorporar elementos que demuestren, desde otras formas del lenguaje, los sentidos que se pueden construir a través de componentes y estructuras más complejas.

Pero si bien es complicado el tema respecto a la atribución de determinados significados simbólicos a partir de las palabras, resulta aun más complejo en lo que compete a la imagen por su carácter polisémico, persuasivo, capaz de inculcar ideología de forma soterrada a partir de recursos y construcciones visuales.

Van Dijk, al referirse específicamente al discurso audiovisual, lo define como “aquel acontecimiento comunicativo que utiliza los códigos particulares del lenguaje audiovisual con el objetivo de analizar un sistema de comunicación multisensorial (visual y auditivo), donde los contenidos icónicos prevalecen sobre los verbales”. (2001: 78)

En esta forma de construcción de la realidad el lenguaje audiovisual se concibe como un lenguaje con retórica propia, conformado por códigos visuales, sonoros y lingüísticos que interactúan de manera que la significación del discurso depende de su lectura completa e integrada. Está compuesto en lo visual por planos, angulaciones, movimientos de cámara, encuadres, composiciones fotográficas, recursos infográficos y elementos como la proxémica, quinésica, iluminación, maquillaje y vestuario. Respecto a lo sonoro concibe la música, el sonido directo, los efectos y el silencio e integra además los códigos lingüísticos que se emplean en el lenguaje verbal y escrito.

Así, la imagen es polisémica y al combinarla con la palabra, esta reduce la ambigüedad pero al mismo tiempo, la imagen puede proveer de otras significaciones al discurso lingüístico. Tiene su propia retórica a partir del lenguaje icónico: figuras de adjunción (rima y comparación, acumulación, enganche y antítesis, antanaclasis y paradoja) y figuras de supresión (elipsis, circunloquio) y suspensión (dubitación y reticencia, tautología y preterición).

Es, en ese sentido, fundamental el lugar del lenguaje desde lo icónico- simbólico, en la generación y reproducción de la ideología machista. A decir de Manzano (2005: 62), el poder expresivo, persuasivo y emotivo de la imagen cuando acompaña a los recursos lingüísticos influye en estas percepciones a través de “los términos y expresiones, el lenguaje ambiguo, las figuras retóricas, la organización lingüística del discurso, la argumentación sobre la base de prejuicios y estereotipos y las metáforas”.

“Bajo la supuesta objetividad de las imágenes “no construidas” sino tomadas de la “realidad” se articula un proceso complejo de denotación/ connotación en el que la imagen aparentemente desprovista de códigos (en tanto reproducción analógica de la realidad) alcanza la connotación en el proceso de recepción, aunque no de manera explícita”. (Sierra, 2015: 24)

Es en el proceso mismo de elaboración (selección, encuadre, composición) donde se establecen, según Barthes (2007 en Sierra, 2015: 24), los procesos de connotación: trucaje (interviene en el plano de la denotación sin previo aviso utilizando la credibilidad), pose (la lectura de los significados de connotación se obtiene a través de la pose misma del sujeto), objeto (el sentido connotado surge de los objetos que propician asociaciones de ideas de relativa facilidad sintáctica), fotogenia (imagen connotada por técnicas de iluminación, revelado, impresión u otras técnicas fotográficas), esteticismo (para significarse a sí misma) y sintaxis (el significante de connotación no se encuentra en uno de los elementos de la secuencia sino en el encadenamiento).

Según Umberto Eco (en Becerra, 2007: 83) la connotación es totalmente cultural y los mensajes, aun los preponderantemente informativos, son persuasivos. La ideología que subyace determina cuáles y cómo se combinan las unidades culturales que determinan la connotación a partir de un código retórico particular que en el caso de la imagen pueden ser: figuras (lítote, metáfora, metonimia...), premisas (hombre y mujer contemplan a un bebe = familia feliz); y argumentos retóricos (utilizados en el cine).

En el discurso audiovisual los procesos de significación que se generan en el acto de comunicación no se limitan al mensaje, entendido como la unidad estructural, sino que intervienen también otros recursos como la distancia de comunicación, tiempo y lugar de emisión, modos de presentación del emisor, factores paralingüísticos del habla (entonación, acento, énfasis), y fenómenos de la gestualidad (quinésica y proxémica) que se ubican en un sistema social de comunicación.

Todos estos elementos condicionan el mensaje, transfiguran el discurso, y en el caso de las representaciones del género en el mismo construyen una significación y dimensión simbólica que puede sugerir o representar patrones tradicionales o bien romper con los esquemas establecidos, dependiendo en cada caso particular de la intención comunicativa con que se empleen.

Al ser este un lenguaje sintético que origina un encadenamiento de mosaico en el que sus elementos sólo tienen sentido si se consideran en un conjunto global, un análisis crítico del discurso audiovisual implica no sólo la evaluación del contenido sino el

aspecto formal, el formato y su lógica de construcción discursiva e interpretativa que en definitiva determinan la estructura de la noticia.

El Análisis Crítico del Discurso incluye además la determinación de las estructuras formales, discursivas y semánticas del mensaje, así como los modelos mentales, dentro de un contexto determinado. Asimismo, es una herramienta muy útil en la denuncia de problemas sociales como el abuso del poder, la desigualdad y el acceso diferencial al discurso ya que permite elucidar las estrategias de uso, legitimación y construcción de la dominación. Es, ante todo, una actitud de resistencia y también de solidaridad hacia los/as menos favorecidos/as.

Desde mediados de los años '80 Van Dijk inició su programa de investigación sobre racismo que inauguró esta vertiente del Análisis del Discurso a través del estudio de las conversaciones cotidianas. Luego incorporó estas cuestiones en el análisis de los prejuicios étnicos y la reproducción de racismo en las noticias, en textos escolares, debates parlamentarios y discursos científicos.

Específicamente los estudios de Discurso y Género son para Van Dijk los más interesantes y paradigmáticos entre los Estudios Críticos del Discurso y recomienda este enfoque en otras formas de discriminación de orden político, clasista y religioso. Esta vertiente crítica respecto a las discriminaciones en el discurso por cuestiones de género se inaugura a partir de las investigaciones de Ruth Wodak, precursora junto a Van Dijk del Análisis Crítico del Discurso (ACD). Su método histórico discursivo fundado junto a lingüistas de Viena forma parte de los estudios interdisciplinarios para denunciar el sexismo.

La esencia del método consiste en incorporar conocimientos y experiencias de otras disciplinas para obtener mayor información del contexto amplio que rodea al evento discursivo, con énfasis en la ideología, el poder y la historia. Este enfoque también es asumido por el feminismo que refiere cómo las inequidades de género poseen un carácter histórico (Scott en Lagarde, 2008: 66). A su vez, el feminismo es una de las teorías críticas que más ha contribuido al análisis, desde una perspectiva integral, de los discursos de poder.

La agudeza del análisis implica el estudio de los textos respecto al control sobre los temas, la entonación, las estructuras sintácticas, superestructuras, nivel léxico, estructuras semánticas locales, formas retóricas o niveles de especificidad pero además, es preciso comprender que en el contexto igualmente se ejerce el control discursivo a partir de la selección de participantes y las estructuras de interacción, respecto a la selección de turnos y el acceso diferencial de los actos de habla.

De esta manera resulta insuficiente analizar sus estructuras internas, se debe tener en cuenta además que el discurso como acción social ocurre en un marco comunicación e interacción que son parte de estructuras y procesos socio-culturales más amplios, por lo que deben considerarse cuestiones como su carácter temporal, geográfico, sociocultural y psicológico para identificar segmentaciones en las relaciones de género.

Es preciso entonces no sólo un análisis estructural de los discursos de las élites sino “un estudio sociocultural, cognitivo y político, un análisis de la comunicación en general que arroje resultados más abarcadores sobre la situación de dominación para mostrar cómo hablan las élites acerca de las minorías, qué actitudes y prejuicios circulan en la sociedad y cómo se reproducen a través de la socialización, qué particularidades culturales influyen y qué función social y política se atribuye al discurso”. (Van Dijk, 1994: 34).

Otra de las cuestiones que se considera cardinal para el análisis de la asimetría en el discurso respecto al género remite al enfoque cognitivo propuesto por Van Dijk, donde la forma última de poder es influenciar personas hacia lo que se quiere y el discurso puede influenciar la sociedad a través de las cogniciones sociales de estas. En la actualidad ya no se trata solo de las formas conscientes y explícitas para influenciar, sino de intervenciones subyacentes que soportan ideologías machistas, modos discursivos que construyen los conocimientos sobre el mundo, soportan las ideologías de grupos y legitiman prejuicios y actitudes sociales.

Teniendo en cuenta estos presupuestos es preciso el estudio de la lógica discursiva para develar su estrecha relación con los modos de operación de la ideología y así, mediante un análisis crítico, avizorar el marco ideológico del patriarcado que delimita el perfil de los sujetos en la sociedad, su comportamiento sustentado en prejuicios

sociales, sus relaciones de género y las nuevas formas emergentes en el contexto actual, así como la atribución de determinados valores y actitudes a cada sexo.

De esta manera la presente investigación establece el vínculo entre teoría y perspectiva de género con los estudios comunicológicos para analizar el discurso periodístico como forma de construcción de la realidad, y descubrir las prácticas que reproducen las representaciones de género tradicionales. Ello permitirá visualizar cómo una notable muestra de mensajes y productos periodísticos audiovisuales que ocupan los medios de comunicación actuales se encuentran permeados del sexismo y la discriminación imperante a nivel sociocultural.

CAPÍTULO II. PAUTAS PARA FAVORECER LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN EL DISCURSO PERIODÍSTICO AUDIOVISUAL DE LA REVISTA INFORMATIVA *EN PRIMER PLANO* DE TELECRISTAL

2.1 Generalidades de la revista informativa *En Primer Plano* de Telecristal

La revista informativa *En Primer Plano* se introdujo en la parrilla de programación de Telecristal en octubre del año 2002. Por la necesidad de revitalizar el trabajo informativo en la programación del canal la idea de su realización partió de una estrategia para extender el horario de transmisión hacia franjas horarias de mayor recepción y experimentar en el mediodía con un programa que llegara a una cantidad superior de público. En un inicio se transmitía tres veces a la semana, con una estructura que apelaba a reflejar a la comunidad como protagonista de su contenido informativo.

En la actualidad la revista pretende informar acerca de los principales acontecimientos de la provincia de Holguín y sobre algunos elementos de la actualidad nacional e internacional. Posee el propósito de emplear un lenguaje sencillo, con predominio de la síntesis periodística y el uso adecuado e intencionado de los recursos del lenguaje audiovisual.

Entre sus secciones habituales incluye la cultural (*Culturales*), con información actualizada en torno a las presentaciones, eventos, y aportes de los artistas de la localidad; algo similar, pero vinculada a los temas deportivos ofrece la sección deportiva (*Deportes*); un espacio para la información meteorológica (*El Tiempo*), comentarios y materiales sobre temas sociales (*El Tema*), y reflexiones para dar respuesta o hurgar en determinadas problemáticas sociales (*Lo que usted opina*).

El remoto o móvil de teleperiodismo es también un espacio frecuente, así como la información útil para la población (*Utilitarias*). El segmento (*En Línea*) brinda informaciones publicadas en sitios web nacionales, internacionales y locales, además existe una sección dedicada al desarrollo de la ciencia y la innovación tecnológica (*La Ciencia*). Alternan igualmente los comentarios en vivo de periodistas sobre temas polémicos de interés general.

Las secciones destacadas y preferidas por el público, según investigaciones del canal son *Lo que usted opina* y el móvil de teleperiodismo, por abordar con agudeza las problemáticas sociales, orientadas a la denuncia y a la búsqueda de soluciones que mejoren la realidad de los holguineros.

El periodismo audiovisual que se desarrolla en la revista informativa *En Primer Plano* constituye la cohesión de los contenidos noticiosos de la provincia y, para ello, recibe además las colaboraciones de los telecentros municipales Moa TV y Gibaravisión.

El programa ha evolucionado desde el punto de vista estético y tecnológico, aun así pretende ofrecer mayor valor a la información que trasmite por encima de la escenografía o el diseño gráfico. Ha alcanzado varios reconocimientos en el contexto productivo de la televisión nacional, sobresaliendo entre ellos su selección como mejor programa informativo en el Festival Nacional de Telecentros de 2007.

Según la superestructura de telediarios, la revista informativa *En Primer Plano* se organiza mediante las siguientes categorías, las cuales le permiten ordenar el discurso de una manera coherente, funcional y orgánica:

- En la Cabecera se presenta el noticiero a modo de breve transición después del bloque de apertura del canal. Tiene función apelativa y conativa para atraer la atención de quien sintonice el espacio.
- La Apertura inicia con el saludo de la presentadora y el juego de miradas cara a cara, estrategia retórica para aparentar inmediatez, veracidad y una relación más cercana. Incluye la mención de la fecha, lo que provee elementos de temporalidad y espacialidad con valor referencial.
- El Resumen de apertura anticipa, a modo de titulares, los contenidos más relevantes y noticiables que serán abordados en la revista. Estos se introducen de forma rápida, atractiva y espectacular, para provocar el interés y la aceptación de la audiencia. Suelen presentarse a través de una voz en *off* masculina, graficados con las imágenes del suceso, con un fondo musical y separados por un efecto sonoro dinámico.
- Como el empleo de estas categorías no es obligatorio y su utilización se encuentra determinada por el estilo del telediario, esta revista no incluye, por una cuestión de

tiempo, las categorías Resumen intermedio y Resumen de cierre, que tienen como función recordar los principales temas del día en forma de titulares, de síntesis o de resumen final que fijan la información más relevante.

- El Relato establece el desarrollo del telediario, donde se aglutinan las noticias en bloques o áreas temáticas y secciones habituales. Las mismas se ordenan de manera jerárquica en cuanto a relevancia informativa y las secciones se diferencian de la anterior a través de marcas lingüísticas, sonoras y visuales. Al término, la presentadora despide e invita a establecer la sintonía con la próxima emisión.

- En los Créditos, sobreimpresionados en la pantalla se brinda información sobre el equipo de realización. **(Anexo 1)**

Este equipo de realización, excluyendo el personal técnico que no influye en la conformación de la agenda informativa y generación de los contenidos noticiosos, se encuentra integrado por un director-guionista, productora, conductora, coordinador de grupo de prensa, 15 periodistas (9 hombres y 6 mujeres), 3 camarógrafos, un comentarista deportivo, colaboradores y periodistas de las corresponsalías de Gibara y Moa.

La selección de los acontecimientos noticiables se instituye, en un porcentaje significativo, según las políticas informativas establecidas por las agendas externas. El método para este paso es la realización de un plan de trabajo semanal sustentado en determinadas exigencias, representadas de forma jerárquica a continuación:

- 1- Prioridades informativas del Departamento Ideológico del Partido Comunista de Cuba.
- 2- Pedidos y orientaciones de la corresponsalía nacional del Sistema Informativo de la Televisión Cubana.
- 3- Intereses mediáticos del canal.
- 4- Pronósticos de coberturas de los periodistas.

También la determinación de los temas noticiables se realiza mediante consenso entre coordinador grupo de prensa-director de programa-periodistas-fuentes de información. Para establecer las prioridades se realiza un consejo editorial periódicamente donde se

valora la etapa que concluye y se plantean proyecciones y temáticas de trabajo para la próxima.

La satisfacción con los temas que se abordan, el ejercicio de la crítica, el reflejo de la comunidad, la actualidad y la inmediatez, son valores concedidos por el público a la revista. Es el programa de mayor aceptación por su estructura y contenidos, aunque debe representar integralmente la realidad y el acontecer de los municipios, aprovechar más la creatividad, incluir nuevas secciones y mantener la renovación constante, así como sostener trabajos periodísticos que permitan abordar problemas multitemáticos de la provincia.

2.2 El discurso periodístico audiovisual en la revista informativa *En Primer Plano*. Conceptualización y operacionalización de las categorías de análisis

La presente investigación estuvo orientada por un mapa de contenido que funcionó como guía para el análisis del discurso, esquema donde se determinaron una serie de categorías, dimensiones e indicadores que permiten evaluar el tratamiento y la construcción del género en la revista informativa *En Primer Plano* según los objetivos trazados. Este procedimiento precisa identificar las variables y relacionarlas con el objeto de estudio definido para adoptar una operacionalización de las mismas.

Categoría de análisis: Construcción Social del Género

Dimensiones:

1. Feminidad tradicional: A través del estudio de esta dimensión se podrá valorar cómo en el discurso de la revista se representa la feminidad tradicional, analizando los estereotipos establecidos sobre la concepción de lo femenino que muestran los/las periodistas en sus trabajos. Se evaluará si estos conciben a la mujer como proclive a lo sentimental, lo natural, lo casto, lo puro, lo sensible, lo comunicativo o si enfatizan en el privilegio de su condición reproductiva, lo doméstico, lo familiar y lo privado.

2. Masculinidad hegemónica: El estudio de esta categoría se establecerá a partir del análisis para encontrar trazas en el discurso audiovisual que muestren el dominio y perpetuidad del patriarcado, el empleo de recursos que denoten la posición dominante de los hombres y la subordinación de las mujeres, además otros que expresen la

prominencia de valores tradicionales asociados a lo masculino como la manutención económica, el dominio público, el ejercicio del poder y la violencia.

3. Roles tradicionales de género: Se tendrá en cuenta cómo en los materiales periodísticos se les atribuyen ciertas conductas a hombres y mujeres, específicamente en los papeles o roles de género que son asignados a uno u otro sexo. Se valorará si se representan acríticamente los roles asignados tradicionalmente por el patriarcado o si por el contrario se muestran a sujetos transgresores.

4. Sexismo: Se evaluará la presencia de esta dimensión en cada uno de los materiales periodísticos que reflejen situaciones donde se valore más un sexo sobre el otro. Se observará el conjunto de prácticas, prejuicios e ideologías que discriminan y devalúan a las personas en razón de su sexo a través del empleo de los recursos lingüísticos, sonoros, visuales y gráficos.

Categoría de análisis: Discurso periodístico audiovisual.

Dimensiones:

1. Estructuras discursivas: Se agruparán para su análisis en dos categorías: estructuras locales o microestructuras y estructuras globales o macro estructuras, para explicar lo esencial o el resultado del texto como un todo.

- Macroestructuras: El análisis de la macroestructura determinará el contenido del texto, los temas, su orden jerárquico y al mismo tiempo las estructuras globales que lo caracterizan. Ello revelará las intenciones comunicativas, actitudes, conocimientos, opiniones e ideologías de los realizadores, periodistas o el medio en general.

- Microestructuras: Se tendrán en cuenta en su empleo para la conformación de los materiales periodísticos y en cómo caracterizan a las palabras, oraciones, frases y las relaciones entre estas. Se observará, siempre en función de evaluar cómo se construye el género, el uso de indicadores como la sintaxis, el significado e interpretación, las proposiciones, además de lo implícito y lo explícito.

2. Estrategias discursivas: Se examinarán los recursos visuales y lingüísticos que modifican el significado denotativo de los elementos seleccionados por los sujetos de

representación para connotar y significar el discurso audiovisual. Como estas estrategias expresan creencias ideológicas y posiciones sociales y personales que derivan de ellas, se estudiará el modo en que las estructuras sintácticas y semánticas conforman patrones o modelos patriarcales discriminatorios. Entre ellas se evaluarán:

- Autopresentación positiva de nosotros y presentación negativa de los otros: la misma incluye resaltar nuestras buenas propiedades y acciones, resaltar sus buenas propiedades y acciones, mitigar nuestras malas propiedades y acciones, mitigar sus malas propiedades y acciones.

- Argumentación: se valorará el empleo selectivo de fuentes, uso de cifras, presentación y orden de argumentos, apelación emotiva, juicios interpretativos y categóricos, descripción detallada, ejemplificación y cómo estos elementos inciden en la construcción social del género.

- Posición del emisor: se observará cómo se representa el género a través del uso de recursos como la comparación negativa, lexicalización negativa, categorización, concesión aparente, hipérbole, generalización, frases hechas, expresión normativa, consenso, ironías, interrogación retórica, aliteración, intencionalidad, repetición, supresión, sustitución, presuposición, vaguedad, victimización.

3. Tratamiento de las fuentes de información: se tendrán en cuenta el equilibrio de mujeres y hombres, así como la diferenciación de fuentes de información como protagonistas, expertas o anónimas; relacionándolas con diversidad sexual, edad, raza, posición económica, religión, atributos físicos e intelectuales, nivel educacional y espacios en que se desarrollan. Además, se valorará la posición del/la periodista respecto a la fuente (cuestionamiento, aceptación o apoyo), las maneras de citar (directa, indirecta, actante) y su significación simbólica, cuestiones que determinan distanciamiento y nivel de aceptación.

4. Contexto: Se evaluará la interrelación del discurso de *En Primer Plano* con el contexto político-social del país y la provincia en las circunstancias cuando fue analizado el programa, y cómo esta situación influyó en la concepción y articulación del texto audiovisual desde la perspectiva de género. Además, si el tratamiento de las

temáticas de género o los trabajos afines fueron realizados en entornos o fechas específicas.

5. Lenguaje audiovisual: Se procederá al análisis diferenciado de cada uno de los elementos que lo componen. Se tendrá en cuenta el uso integrado que se les confiere para connotar determinados significados relacionados con la representación de estereotipos o mensajes discriminatorios. Se valorará el modo en el que, a través de la visualidad, el sonido, la gráfica y el lenguaje, se recurre al empleo de metáforas y otros recursos para construir el género.

La integración analítica de estos elementos permitirá la valoración de las ideologías y prácticas profesionales que a nivel discursivo reproducen y jerarquizan las concepciones sociales tradicionales.

2.2.1 Principales resultados del análisis del discurso periodístico de la revista informativa *En Primer Plano*, desde la perspectiva de género

Para analizar la construcción del género en esta revista informativa fueron tomados como objeto de estudio 20 programas enmarcados durante el período de febrero, marzo y abril del 2016. El muestreo de las unidades de análisis responde al tipo de muestra intencionada que tuvo en cuenta la selección de 4 emisiones correspondientes a cada día la semana, con el propósito de lograr un balance entre las secciones habituales que se transmiten en frecuencias y día específicos.

Los programas y trabajos periodísticos cotejados se acogen a las necesidades de la investigación y se representa así la unidad de codificación, los cuales se someten a una exploración que permite la comprensión de los resultados como fenómeno general.

El estudio se complementa además con las valoraciones devenidas de la aplicación de las entrevistas en profundidad (**Anexo 2**), instrumento aplicado a periodistas mujeres y hombres, para obtener un equilibrio genérico, al guionista-director de emisión y al coordinador del grupo de prensa, actantes involucrados en la generación de contenidos y el proceso de realización del programa.

En este sentido fue analizado cómo se incluyen en la agenda informativa o en los contenidos de la revista las temáticas relacionadas con el género y la

transversalización del mismo. Igualmente se observa la influencia del proceso de selección de los acontecimientos noticiables, la relevancia o prioridad que se le otorga a uno sobre otro y los factores que determinan esta clasificación asociados a la construcción social del género en el discurso.

Dentro de los 20 programas escogidos fueron sometidos a examen un total de 128 trabajos periodísticos: 69 informaciones, 31 reportajes, 17 entrevistas, 8 comentarios, 2 crónicas y 1 infografía (**Anexo 3a**). Esta diferenciación muestra que existe un predominio de los géneros informativos en detrimento de los opinativos, siendo estos últimos formas de hacer más propicias para contar historias comunes, más flexibles en el lenguaje, en el empleo de los recursos audiovisuales y en la variedad y el tratamiento de los temas.

Los resultados obtenidos luego de la aplicación de métodos científicos como la entrevista en profundidad, resultan en que los profesionales vinculados a la realización de la revista *En Primer Plano* no cuentan con un conocimiento sólido relacionado con la Teoría de Género. Solamente dos de los 10 entrevistados refieren haber cursado talleres de capacitación en la materia; los restantes poseen ideas empíricas y vivenciales que les ofrecen una visión parcializada y reduccionista de la dimensión e importancia que adquiere, en la función de los medios de comunicación, la perspectiva de género.

Estos acercamientos limitados influyen negativamente en las construcciones sociales de masculinidades y feminidades, pues la mayoría de los profesionales entrevistados (8 de 10) refieren no conocer a profundidad algunos conceptos básicos (género, perspectiva de género, sexismo) y no dominan las herramientas para su aplicación.

A este factor se suma, como eje de la problemática, la carencia de una política de programación adecuada que integre pautas, tratamiento y formas de evaluar los trabajos periodísticos respecto a la perspectiva de género, y que conciba desde las rutinas productivas la elaboración de productos comunicativos inclusivos.

Es precisamente este punto donde, a través de la agenda editorial del medio, todavía no se visualiza la necesidad de ofrecerle cobertura sistemática y priorizada a sucesos

relacionados con las temáticas de género, incluso cuando sean de interés de algunos profesionales.

Estas limitaciones redundan en que, aun cuando pueda existir una intención positiva y de búsqueda de la equidad, si es asumida de manera intuitiva, resulte en la expresión de estereotipos y construcciones sociales de género tradicionales de manera no intencionada.

No es el caso de profesionales que se muestran sensibilizados con el tema y poseen un acercamiento teórico al género, que sí muestran contenidos transgresores respecto a las maneras enraizadas de cómo se concibe lo masculino y lo femenino, y un tratamiento adecuado a partir del empleo de elementos audiovisuales, estructuras y estrategias discursivas.

Pero aun cuando el problema provenga de las rutinas productivas y de la concepción de las agendas y las políticas editoriales que limitan la construcción de productos periodísticos de este tipo, estas cuestiones no deberían ser un impedimento pues el género puede transversalizarse en todos los trabajos aunque estos no tengan como eje central un discurso que deje inscrita tangiblemente la temática.

La aplicación de la entrevista en profundidad arrojó también que en las construcciones sociales de género se concibe lo femenino asociado a la belleza, ternura, dulzura, debilidad, maternidad, cuidado del hogar y los niños, sacrificio, mientras que lo masculino se expresa a través de valores como el poder, la valentía, la fuerza, la inteligencia, proveedor del hogar y líder en el espacio público.

Así lo demuestran los criterios de la periodista Ana Gloria González y Salvador Hechavarría, director y guionista del programa, quienes expresan:

“La masculinidad se relaciona también con algunas actitudes inherentes al macho de la pareja como voz ronca, maneras más rudas, mayor fortaleza física. Lo femenino es lo contrario de lo masculino, el sexo de la mujer, con un alto porcentaje de delicadeza, ternura, belleza, calidez en el hablar y caminar, atributos que intensificamos con el maquillaje y la forma de vestir”. (González, 2016)

“Identifico la masculinidad a partir de cierta fuerza, ya sea física o de carácter. Lo femenino con la delicadeza, pero también quizás en los últimos tiempos se relaciona a la mujer con la tenacidad, mucho más tacto, sin que ello no signifique también vigor y fuerza”. (Hechavarría, 2016)

Aun cuando los criterios de estos profesionales develan que existen prácticas comunicativas hegemónicas, también ofrecen elementos positivos en cuanto a la asimilación de nuevas concepciones acerca de la construcción social de estos géneros, a través de las cuales se observa que emergen nuevas construcciones y categorías acerca de lo femenino asociadas con valores como la fortaleza, la inteligencia y la valentía.

En cuanto a los roles tradicionales, las féminas son sujetos de la representación y continúan ocupando mayor presencia dentro del espacio público en el contexto de la cultura, la educación y la salud, habitualmente asociados a lo femenino. En estas esferas sus voces imperan como fuentes especializadas en las materias. Sin embargo, algunos materiales muestran otra mirada, la perspectiva se amplía y en el discurso se incorpora a la mujer en plenas capacidades para ejercer roles como cargos de jerarquía en el ámbito público, la mujer científica y en el trabajo en el campo, aunque no así en otras labores físicas y técnicas.

Por su parte, la representación de las masculinidades y sus atributos soportan el peso de la legitimación machista y los sectores donde predominan son los tradicionales: espacios públicos, preferiblemente en economía, política, figuras relevantes a nivel social, expertos en materias científicas, productores y campesinos destacados.

La revisión de los resultados arrojados en el examen de las emisiones permite asegurar que en este espacio las masculinidades hegemónicas son protagonistas en los diferentes géneros periodísticos, si bien se evidencia la incorporación de masculinidades no hegemónicas como protagonistas en el ámbito de la cultura. No obstante, no se visualizan en el discurso de la revista nuevas concepciones acerca de lo masculino rompiendo estereotipos y emergiendo de forma diferente.

Así, en su gran mayoría, el contenido de los productos periodísticos de diversos géneros representa a hombres y mujeres protagonistas en los espacios y roles tradicionales y reproducen lo que a nivel social se concibe como natural y obligatorio.

Una particularidad interesante develada durante el análisis es que en el programa la representación de las diversidades sexuales es totalmente omitida. De la muestra seleccionada no pudo obtenerse ningún material que abordara el tema, ni siquiera tangencialmente, además de constituir un asunto tabú, excepto en algunos días conmemorativos relacionados, como el 17 de mayo *Día Mundial contra la Homofobia*.

Esta realidad propensa a no problematizar y reflejar la diversidad puede obtener respuesta y sustentarse en diversos criterios:

“Creo que se debe en parte a la autocensura y en parte al desconocimiento y a los tabúes que aun existen en muchos periodistas con respecto al tema. También, podría decirse que se debe a la escasa, por no decir nula, preparación especializada en esa materia, lo cual imposibilita darle un tratamiento imparcial y, por ende, más prolífero”. (Cabrera, 2016)

“(…) ¿nulo?... puede ser... hay asuntos más apremiantes”. (Quevedo, 2016)

“(…) porque no está incluido en las agendas, aunque quien cree y lo defiende concienzudamente lo hace aunque no esté regulado”. (Hechavarría, 2016)

Así, *En Primer Plano* no escapa a la tradición de negar o no visibilizar a través de los medios de comunicación la existencia de ese porcentaje de la población cuya opción sexual es otra a la establecida culturalmente como correcta, invisibilidad que continúa siendo uno de los mayores problemas para la aceptación social.

Una de las cuestiones de orden estructural que llama la atención en el noticiario es, respecto a los actores de la comunicación, la existencia de una figura femenina como conductora del programa. Desde el punto de vista ideológico la figura de la presentadora ocupa un desempeño primordial, pues orienta la interpretación del contenido, ofrece determinados puntos de vista y asume la responsabilidad de criterios.

Al tomar las funciones de establecer el hilo conductor de la emisión, presentar los materiales, realizar las entrevistas en vivo en el estudio y dialogar con comentaristas y periodistas, su discurso es interpretado por los televidentes como la voz que legitima los hechos, la opinión de mayor peso en la construcción ideológica de los contenidos.

Esta posición de poder se emplea como una maniobra que puede posicionar su discurso en un escaño superior, confiriéndole legitimación y valor agregado. Mas, que sea una mujer quien asume la conducción de dicho espacio, no garantiza que el lenguaje empleado sea inclusivo. Marcas sexistas muestra en sus alocuciones, la más común y reiterativa es cuando presenta el programa y saluda, empleando el masculino como genérico universal para hombres y mujeres televidentes por igual.

Por otra parte, el empleo de la presencia femenina como figura principal del telediario se equilibra con las voces masculinas para realizar la locución en *off* (adelantos, titulares, promociones). Esta estrategia de balance asumida permite que temas particulares no sean asociadas a hombres y mujeres. Asimismo, no existen posiciones sexistas que limiten a los/as periodistas en la realización de determinados géneros periodísticos o áreas temáticas. Aunque existe una sectorización como en todas las redacciones informativas cubanas, esta distribución no se ejecuta teniendo en cuenta el sexo de cada uno de los profesionales.

Periodistas mujeres incursionan en temas políticos, económicos y sociales y periodistas hombres se refieren a temáticas culturales, educativas y sociales; de hecho el titular del sector de la cultura es un hombre. Sin embargo, no se asume igual postura con las temáticas deportivas, donde alternan un comentarista como titular de la sección y dos periodistas a cargo de los reportes informativos, arista considerada como una limitación pues marca desde lo simbólico este espacio atribuido tradicionalmente a la figura masculina.

En contraposición, es positiva la presencia balanceada de periodistas de ambos sexos en el estudio realizando las secciones habituales o comentarios en vivo, e igualmente la proporción de materiales publicados, aunque ello no quiere decir ello se establezca con carácter intencional, más bien pudiera ser una cuestión de orden casual y coyuntural, pues la plantilla de periodistas también se encuentra equilibrada e incluye la representación de ambos géneros.

Por otra parte, atendiendo a cuestiones como el orden, la duración y la cantidad de información; la superestructura de *En Primer Plano* jerarquiza determinadas temáticas a partir de su inclusión en las categorías que la conforman. Desde el punto de vista estructural, al espacio no contar con resumen de intermedio y cierre, los contenidos son jerarquizados en la apertura, dotándolas, desde el momento en que son presentadas en los titulares, de la mayor importancia y peso informativo.

De esta manera, en las 20 emisiones seleccionadas, las temáticas que prevalecen son las económicas, deportivas y culturales; no así las relativas a problemáticas de género. Según escala de representación y frecuencia, los temas económicos ocupan un 27,3% de los contenidos noticiosos, luego los deportivos para un 14,8% y los culturales un 14,1%, y con una menor visualización las temáticas sobre salud en un 10,2%, sociales para un 8,6%, política en un 7%, educación para un 6,3%, científico-técnico en un 3,1%, género para un 2,3%, historia en un 1,6%, religión hacia un 0,8% y otros temas solo un 3,9%. **(Anexo 3b)**

Como ya se ha explicado, la prevalencia de determinados asuntos provoca un desequilibrio que genera como consecuencia de la construcción sociocultural, las concepciones machistas y estereotipos que persisten en el seno de la sociedad, que se prioricen temas orientados al consumo de hombres y otros a mujeres. Desafortunadamente, los referidos a economía, política y deportes, se conciben principalmente para los varones, pues son los que más presencia tienen en los espacios públicos y en las esferas relacionadas, por lo tanto se cree, erróneamente, que les conciernen más a ellos.

Salud, educación y otros contenidos son atribuidos al interés de las mujeres, pues como estas han sido relegadas al entorno privado, no se tiene en cuenta suficientemente que ellas han ganado espacio en roles tradicionalmente masculinos como dirigentes, glorias deportivas, en el ámbito científico-técnico, en la política y la economía, y, por tanto, estos temas también les pueden interesar.

La preterición de los asuntos y problemáticas vinculadas con el género se evidencia en 19 de los programas analizados, con excepción de la emisión correspondiente al 8 de marzo *Día de la Mujer*, donde de seis materiales, tres trataron temas de las féminas y mostraron diversidad genérica para hacerlo (un comentario, una crónica y un reportaje).

No obstante, un elemento a destacar en esta emisión es que el comentario en vivo en homenaje a la fecha lo hizo una periodista, pero cuán transgresor y efectivo comunicativamente hubiese resultado si un periodista hombre tratara el tema y expusiera sus valoraciones acerca de las luchas de la mujer por su emancipación, sus logros en la sociedad actual y las acciones que restan para alcanzar la equidad.

La transversalización del género en todas las temáticas es un indicador al cual no se otorga relevancia. El análisis demostró que sólo dos materiales periodísticos emplearon este recurso. (Reportajes sobre Programa de Innovación Agropecuaria, emisión 3 de marzo y Productor pecuario destacado, emisión 16 de marzo).

En el primero el género no es el acontecimiento noticioso ni constituye el eje del discurso, pero hace énfasis en la relación género y trabajo; incluso selecciona a una mujer como voz experta para explicar la importancia de la inserción del tema en la capacitación de mujeres y jóvenes. En el segundo caso el protagonista es el productor pecuario, sin embargo el periodista sustenta su historia otorgándole relevancia a familia y esposa como entes imprescindibles para el logro de los buenos resultados de este trabajador.

A pesar de estos intentos, en la revista *En Primer Plano*, dada la prevalencia de los temas económicos, en ellos impera la imagen del hombre como productor (remarca el estereotipo tradicional de masculinidad como sostén económico, apto para labores físicas) y aunque se ofrecen algunas luces hacia el reconocimiento a la mujer en el ámbito social, aun se les muestra como entes de apoyo a los resultados y éxitos de los hombres en sus funciones.

En correspondencia con el tratamiento de las masculinidades y feminidades como fuentes en los diversos géneros periodísticos, el presente estudio se focalizó en determinar cuáles son predominantes y protagonistas, y en cuáles temáticas ya que si bien colocar en esta condición subraya su relevancia social, el énfasis en la actuación de mujeres y hombres en determinadas áreas naturaliza roles y estereotipos de género.

Además, se analizó quiénes son consideradas voces expertas y cómo son citadas, pues este recurso de polifonía acentúa el protagonismo de la fuente o la temática. Así,

se obtuvo como protagonistas de los acontecimientos a 28 mujeres, mientras que los hombres asumen el papel principal en 47 de los casos estudiados; el resto de los trabajos periodísticos son despersonalizados o muestran una presencia proporcionada de ambos sexos.

En tanto, 23 mujeres se emplean como voces expertas, mientras que la relación de hombres con estas condiciones es de 69 expertos, cifra notablemente superior. Esto puede significar, a nivel subyacente, que los/las periodistas prefieren escoger fuentes masculinas como voces especialistas y autorizadas pues a ellos en la escala sociocultural se les atribuyen mayores experiencias o conocimientos, referente que actúa como legitimador el discurso y le ofrece “veracidad”.

Asimismo, las voces femeninas prevalecen en el ámbito social (salud y educación) y los hombres considerados como fuentes en el discurso periodístico de *En Primer Plano* se desempeñan mayoritariamente en las esferas económicas y deportivas. Es preciso destacar la relevancia expresada en el uso de masculinidades como fuentes expertas en temáticas culturales; por el contrario, el deporte se muestra como espacio casi exclusivo de los hombres: protagonistas y voceros de la información.

Del total de noticias deportivas (19), los hombres se llevan la relevancia en 11 materiales, mientras que solo en 4 son protagonistas las mujeres (Silvia Campell, trabajadora destacada del Estadio “Calixto García” de Holguín, emisión 24 de febrero; Integrantes del equipo holguinero de judo femenino, emisión 3 de marzo; Yurisleydis Lupetey, judoca medallista olímpica, emisión 3 de marzo; Integrantes del equipo femenino holguinero de polo acuático, emisión 16 de marzo).

Las formas de citar o referenciar a las fuentes en los materiales periodísticos también contribuyen a distinguir el protagonismo de los hombres en el espacio público. Este recurso es aplicado generalmente a directivos masculinos, los cuales son citados de manera directa e indirecta con verbos y perífrasis verbales como *valoró, dejó claro, alertó, instó, recalcó, señaló*, dotados de una fuerte carga imperativa que remarca las posiciones de poder.

En el segmento de noticias de Internet (*En Línea*), existe una tendencia de citar a los grandes medios de comunicación, tanto nacionales como internacionales,

(Cubadebate, Agencia Cubana de Noticias, Granma, Radio Reloj) que si bien tienen una historia de credibilidad no manejan entre sus criterios de noticiabilidad las historias de vida, las problemáticas de la mujer, los grupos minoritarios o las diversidades sexuales. Tampoco refieren sucesos del ámbito privado donde frecuentemente se desempeñan las mujeres sino otros orientados hacia la política, la economía y temas referidos al espacio público, habitualmente ocupado por hombres.

Para establecer la prioridad temática ofrecida a los acontecimientos seleccionados, se consideraron las 109 noticias publicadas a partir de su consulta en sitios digitales. De ellas un 39,4% tuvo carácter nacional, un 34,9% referenció sucesos internacionales y un 27% respondió al orden local. Ello revela correspondencia y balance en el valor que se le concede, ante los hechos internacionales, a la representación de los sucesos más cercanos, de los cuales somos protagonistas o las problemáticas que nos afectan directamente. **(Anexo 3c)**

Sin embargo, al analizar el área temática de las noticias se revela la prevalencia de contenidos de corte político en un 48,6%, en contraste con los económicos para un 17,4%, cultura en un 10,1%, científico-técnico representados en un 7,3%, salud en un 5,5%, educación para un 3,7% y sociales, historia, género y otros temas solo un 1,8% cada una. **(Anexo 3d)**

De esta manera, ello condiciona que las informaciones elegidas para esta sección, de frecuencia diaria de aparición en el noticiario, privilegien contenidos donde la presencia de la mujer y las temáticas de género son desplazadas a un segundo plano. Además, no se referencia el empleo de fuentes alternativas a los medios hegemónicos reconocidas por el tratamiento informativo desde una perspectiva de género como pudieran ser Servicio de Noticias de la Mujer de América Latina y El Caribe (SEMLAC), Artemisa Noticias (de la Asociación Civil Artemisa Comunicación de Argentina), Comunicación e Información de la Mujer (CIMAC de México), la Agencia de Noticias *Inter Press Service*, RedFem, RedMujer, AMECOPRESS (España) y AWMC (África).

La posición del periodista en cuanto al tratamiento de las temáticas es variable y diversa. Es notable el empleo de la perspectiva crítica en numerosos trabajos, sobre todo los asociados a problemáticas sociales y económicas del territorio, donde los profesionales asumen una postura de cuestionamiento ante la realidad circundante y

promueven soluciones para erradicarlas. Igualmente toman actitudes de apoyo y puntos de vista de aceptación en casos positivos, en situación de que los acontecimientos sean válidos de resaltar o sus protagonistas presenten resultados meritorios.

Esto se relaciona directamente con las estrategias discursivas empleadas, donde predomina la autopresentación positiva de nosotros a través de resaltar nuestras buenas propiedades y acciones y en las situaciones que lo ameriten mitigar nuestras malas propiedades y acciones, y se resalta la presencia equitativa de ambos géneros. Los ejemplos más valiosos son los múltiples reportajes sobre la situación epidemiológica de la provincia y la campaña sanitaria para evitar la propagación del mosquito *aedes aegypti*.

Estos ejemplos igualmente son portadores de estrategias como la inclusión y la apelación emotiva en actos del habla de carácter perlocutivo pues buscan persuadir a través de la argumentación y la ejemplificación de determinadas situaciones sociales para favorecer la comprensión del contexto y propiciar acciones que coadyuven a la resolución de los conflictos.

Por otra parte, existen elementos que intervienen en una errada construcción del género en la revista informativa. De ellos, el sexismo lingüístico se manifiesta con intensidad, sobre todo en el hecho de tomar el referente al masculino no marcado como forma hegemónica para referirse a hombres y mujeres por igual. El uso indiferenciado de las marcas morfemáticas para visibilizar y establecer las necesarias distinciones determina las generalizaciones hiperbólicas, por tanto, la omisión de las mujeres como resultado del empleo del masculino genérico se percibe en casi la totalidad de los programas analizados.

Esta tendencia a englobar con el sustantivo hombres a los dos géneros muestra el machismo subyacente en el pensamiento y la actitud androcentrista de la sociedad, reflejada en el quehacer de los/las periodistas. Ello lo muestran notablemente construcciones semánticas como: “...*hombres de mar se alistan...*”, “...*la industria tiene al hombre como centro de la actividad...*”, “...*hombres de verde...*”, “...*aquí el hombre garantiza los sembrados de moringa...*”, las cuales aluden a situaciones y eventos

donde las imágenes visuales reflejan también la participación de mujeres en el desarrollo de las actividades.

Otros ejemplos reiterativos son: *los cubanos, los campesinos, los estudiantes, los trabajadores, los directivos, los holguineros, los pioneros, los jóvenes, los obreros, los vecinos...* denominaciones empleadas en circunstancias donde igualmente se visualiza la presencia femenina, pero su participación se excluye e invisibiliza a través del lenguaje y las categorías empleadas.

También se manejan juicios de valor para referirse a las mujeres que continúan perpetuando los estereotipos y las características que les han sido asignadas tradicionalmente ("*...mujeres como ángeles...*"; Crónica, emisión 8 de marzo), ("*...mujer toda dulzura, entrega y amabilidad...*"; Reportaje a trabajadora destacada del INDER, emisión 24 de febrero), ("*...Ella llegó bajo la luz del alba y llenó las calles con su grafiti de amor...*", letra de la música empleada en Entrevista a Doctora en Ciencias más joven de Cuba, emisión 8 de marzo).

Como contrapartida es destacable la distinción de los géneros y el uso del lenguaje inclusivo en otros materiales: ("*...competitivo para rama varonil...*", "*...judo para personas con discapacidad...*"; Información, emisión 29 de febrero), ("*...Betty, su esposa, no se queda atrás, puede vérsela trabajando a la par de Yoel en las labores más duras para sacar adelante la finca...*"; Reportaje sobre productor pecuario destacado, emisión 16 de marzo), ("*...El centro cuenta con 26 pacientes, entre ellos tres mujeres...*", Reportaje sobre Centro de Deambulantes, emisión 18 de marzo).

Resaltan otros positivos: ("*...hombres y mujeres de bien, la nación apuesta por ellos...*"; Reportaje sobre inversiones en industria del níquel, emisión 28 de marzo), ("*...igualdad de ambos sexos como un derecho fundamental...*"; Comentario sobre Día de la Mujer, emisión 8 de marzo), ("*...la mujer cubana manda en obras gigantescas y construye puentes hacia el porvenir...*"; Crónica, emisión 8 de marzo).

El uso de metáforas lingüísticas puede verse en estos casos como estrategias discursivas ("*...mujeres como ángeles*", "*...construye puentes hacia el porvenir*"), recursos tropológicos del lenguaje, que aun cuando en ocasiones sugieran

representaciones tradicionales emergen de la sensibilidad de los profesionales para denotar hechos y actitudes destacables de las féminas cubanas.

Por su parte, el estudio del empleo de la imagen reveló muestras de sexismo y discriminación visual. El predominio de planos donde resalta la figura masculina en detrimento del protagonismo femenino es una de las trazas que se observan. Además, en los trabajos periodísticos referidos a temas económicos, políticos y científicos la imagen de la mujer es limitada y se utiliza fundamentalmente asociada a los servicios.

Ambas deformaciones del discurso se presentan muy relacionadas con las rutinas productivas, elemento que se encuentra condicionado desde el proceso de selección de los acontecimientos a ser representados y de la elección de las fuentes informativas con predominio de los entrevistados masculinos como protagonistas de las noticias o voces autorizadas.

El análisis del discurso audiovisual en cuanto al empleo de elementos audiovisuales, estructuras y estrategias discursivas en la construcción de feminidades tradicionales, permitió develar que aun cuando las protagonistas de las informaciones no sean figuras públicas (lo que justificaría el empleo de un primer plano), en temáticas diversas como la salud, la cultura y las ciencias, se utilizan códigos visuales que fragmentan el cuerpo femenino a través de primeros planos y planos detalles del rostro y los ojos.

Además, se muestran predominantemente imágenes que corresponden a mujeres blancas, jóvenes y de alto nivel educacional, que cumplen con los patrones estéticos hegemónicos. Se presenta en su mayoría, un solo tipo de mujer, limitando las posibilidades de representar a las féminas en su diversidad de razas, profesiones, raíces culturales o geográficas.

Mientras, en los hombres, en las mismas áreas temáticas, predominan planos generales y americanos que muestran el contexto de la acción y paneos, que son movimientos descriptivos del espacio. Respecto a las masculinidades hegemónicas (más representadas) se emplean fundamentalmente estrategias de argumentación como el empleo selectivo de fuentes, cifras y orden de argumentos además de la posición del/la periodista.

El uso selectivo de metáforas visuales, música, sonido ambiente, recursos y efectos sonoros, no son intencionados o encaminados a emplearlos como herramientas que favorezcan la construcción de un discurso más inclusivo. Si bien no se detectó que los mismos se hayan utilizado para ofrecer un tratamiento peyorativo o discriminatorio a la temática, tampoco lo hicieron a favor de propiciar productos periodísticos diferentes que promuevan mensajes incluyentes y cuestionen los estereotipos sexistas.

A modo de conclusión es notable referir que a partir del análisis realizado al discurso audiovisual de la revista informativa *En Primer Plano* de Telecristal se pudo advertir:

- La existencia de una multiplicidad de estrategias discursivas, lingüísticas y audiovisuales que enfatizan la legitimación de la construcción social tradicional del género.
- La carencia de una política institucionalizada o carta de estilo orientada a la perspectiva de género redundando en un tratamiento pobre e inadecuado sobre el tema.
- Las rutinas productivas y la construcción de las agendas inciden en que las temáticas de género y su transversalización no se incluyan entre las prioridades informativas.
- Los temas vinculados con el género no ocupan los titulares a menos que se le dedique el espacio por tratarse de un acontecimiento particular. De esta manera, el acercamiento intencional a través de trabajos periodísticos se ofreció en entornos y fechas específicas como el *Día Internacional de la Mujer*.
- No existe una conciencia ni estrategias intencionadas por parte de los profesionales para asumir los elementos del lenguaje audiovisual a la hora de elaborar productos comunicativos inclusivos y evitar ser sexistas.
- Se evidencia que los trabajos periodísticos analizados mostraron, de forma positiva y acertada, las condiciones políticas y sociales del país y la provincia, pero las circunstancias no influyeron en la concepción y articulación del texto audiovisual desde la perspectiva de género.

2.3 Pautas para favorecer la perspectiva de género en la revista informativa *En Primer Plano*

No existen recetas exactas a la hora de construir representaciones más equitativas de hombres y mujeres, pero en función de incluir la perspectiva de género en la agenda y el discurso periodístico de la revista informativa *En Primer Plano*, se ha establecido como aporte de esta investigación un conjunto de pautas para manejar los aspectos vinculados con el género.

En este sentido se entiende como pauta un modelo o patrón que regula una acción o un comportamiento. Según el Diccionario de la Real Academia de Española (DRAE), la palabra pauta proviene del latín *pacta* que significa “pacto” o “convenio”, y se define como “norma que sirve de guía para hacer algo, un término que permite hacer referencia a un ejemplo, normativa o regla”. (2014)

Al asumir esta definición, las pautas serán concebidas en este estudio como ideas y acciones tomadas como directrices a seguir, una guía para la realización de, en este caso específico, productos periodísticos audiovisuales desde la perspectiva de género.

Más que normas estrictas, estas propuestas trascienden a herramientas para contribuir a su correcto empleo en la actividad periodística y se proponen para elaborar los productos informativos, aspectos fundamentados en los resultados del análisis del discurso y los problemas diagnosticados en el programa, englobando a través de las mismas todos los elementos y pasos destinados a la realización informativa y su creación desde la perspectiva de género.

Procedimientos que serán concebidos para su implementación teniendo en cuenta las principales fases del proceso de producción de noticias por el cual se rige el ejercicio periodístico en la redacción informativa del canal territorial.

Selección de los acontecimientos noticiables:

1. Incluir las temáticas relacionadas con el género en la agenda informativa de la revista *En Primer Plano* para ofrecerle un enfoque sistémico a la vez que científico, en proporción con otros asuntos.

2. Recordar que en todo contenido puede transversalizarse el género, por ello tratar la temática con periodicidad, no solo en jornadas que apelen a potenciar el tema de la mujer. De esta manera, durante la selección de los acontecimientos noticiables, considerar sucesos y procesos que se estén desarrollando en el ámbito social para abordarlos desde la perspectiva de género.
3. Tomar como referencia diversidad de medios nacionales e internacionales para la sección de noticias vía Internet *En Línea*. Consultar otras fuentes alternativas a los medios hegemónicos que aborden intencionadamente en sus agendas y discursos la visualización de las problemáticas de la mujer y los grupos minoritarios.

Búsqueda de información:

1. Buscar, siempre que sea posible, datos desagregados según sexo que permitan analizar la información de forma diferente y visibilizar las categorías relacionadas con el género.
2. Tener en cuenta la condición y posición de las mujeres respecto a los hombres en la situación a analizar. Para ello valorar aspectos como participación, uso del espacio y tiempo, división sexual del trabajo, actividades o roles e intereses.
3. Analizar cómo afectan las relaciones de género una situación determinada.
4. Detectar los factores de desigualdad como acceso a recursos y bienes, capacidad de usarlos, ejercicio del poder, división sexual del trabajo, tradiciones y violencia de género.
5. Reconocer las estructuras que mantienen y reproducen desigualdades en una situación determinada.

Selección y consulta de fuentes:

1. En el espacio público los hombres predominan, por lo que son fuentes naturales; sin embargo, la solución es incluir a las mujeres, tanto como protagonistas de la noticia como fuentes de información.
2. Entrevistar a mujeres expertas en los temas abordados o mujeres organizadas que representen a otras mujeres.
3. Sumar las voces de la diversidad y de grupos minoritarios.
4. Consultar a personas sensibilizadas en cuestiones de género (hombres o mujeres) que faciliten datos concretos relacionados con normativas orientadas hacia alcanzar la

igualdad y sobre la participación de mujeres y otros grupos en determinadas situaciones.

5. Integrar al segmento deportivo de *En Primer Plano* a comentaristas y periodistas mujeres para asumir diversidad de miradas y representación de ambos géneros en esta temática asumida tradicionalmente por profesionales masculinos.

Construcción de la información: Para construir el producto, es primordial tener en cuenta los puntos de vista y no reproducir roles y estereotipos. Posteriormente revisar cada elemento del lenguaje audiovisual que pueda generar algún tipo de discriminación.

Lenguaje: El lenguaje refleja la sociedad y puede ser tan racista, sexista, clasista y heterocentrista como la sociedad que lo habla. En sí mismo no es sexista, sino el uso que se hace de él. Se incurre en un empleo sexista del lenguaje en los medios cuando se emite un mensaje que, por forma y contenido (palabras escogidas, estructura, recursos expresivos), resulta discriminatorio por razón de sexo.

La propuesta es usar un lenguaje incluyente en los medios como herramienta de cambio. Ello contempla las especificidades, de forma que no utiliza la misma norma para todos los casos y elimina el uso de estereotipos que discriminen. A continuación se integran algunas de las propuestas a emplear en la revista:

1- Aplicar la regla de la inversión: Darle vuelta a la frase. Cambiar lo masculino por lo femenino y viceversa. Por ejemplo, si se dice *los concejales y sus mujeres*, la frase invertida sería *las concejalas y sus hombres*. Es muy útil en casos de adjetivaciones, para no ofrecer el mismo trato a hombres y a mujeres en descripciones y presentaciones.

2- Uso de dobles formas: El “universal masculino hegemónico” no es suficiente para describir la realidad de mujeres y hombres. Para no excluir a uno de los dos y ante la inexistencia o imposibilidad estilística de usar genéricos, hay que citar ambos géneros, aunque este es considerado el último recurso. También se puede usar los artículos diferenciados antes del sustantivo: *Las y los jóvenes*.

3- Alternativas a las dobles formas: las dobles formas son difíciles de utilizar en periodismo, pero se trata de no abusar de ese recurso y aprovechar otras opciones:

- Desarticulación (o eliminación del artículo en sustantivos neutros): *Fui con unos colegas profesionales / Fui con colegas profesionales.*
- Aludir al cargo, profesión o título en lugar de la persona que lo desempeña: *Jefes/ Jefatura.*
- Uso de nombres abstractos, sustantivos colectivos y/o perífrasis: *Muchos invitados / Muchas personas invitadas; Los americanos / La población americana; Todos sabemos / Todo el mundo sabe.*
- Empleo de genéricos. Existen en nuestras lenguas términos tanto masculinos como femeninos que se refieren a ambos sexos: *Amigos / Amistades; Ciudadanos / Ciudadanía.*
- Pronombreización (uso de “quien” o “cual”): *Los lectores de este libro / Quien lee este libro.*
- Estructuras con SE: Las pasivas son un recurso muy cuestionado en el periodismo, por lo que se recomienda sólo en caso de no existir otra posibilidad, como ocurre con las dobles formas: *Los trabajadores recibirán un aumento / Se dará un aumento salarial.*
- Explicaciones que clarifiquen que el masculino es empleado de modo genérico: *Los jóvenes, mujeres y hombres, llenaron el estadio / Los jóvenes, de uno y otro sexo, llenaron el estadio.*

4- No estereotipar: Evitar los adjetivos y descripciones que reproducen estereotipos en cuanto a roles de género (lo estético relacionado con lo femenino y lo intelectual con lo masculino) y la mención de las cualidades físicas o de la forma de vestir de las mujeres.

5- Recomendaciones de trato:

- No usar denominaciones asimétricas (son discriminatorias): *Señor/Señorita.*
- No presentar a la mujer subordinada al varón.
- Utilizar nombre y apellido para nombrar a las mujeres.
- Emplear el femenino de los títulos profesionales: *médica, jueza, abogada.*

- Evitar la feminización de algunas profesiones (tradicionalmente femeninas) y visibilizar a las mujeres en todo tipo de profesiones: *Las enfermeras / El personal de enfermería*.

6- Usos informales:

- Uso de las barras: Es un recurso que debe evitarse, pues corta la lectura, pero útil en algunos casos.
- Uso de la arroba (@): No debe emplearse como sufijo para indicar indistintamente los géneros femenino y masculino de un vocablo en trabajos profesionales como herramienta de inclusión porque se trata de un signo informático que no tiene significado en la lengua ni en los códigos de comunicación social; además, esta grafía nuevamente invisibiliza a las mujeres.

- **Audiovisual:** Al igual que las palabras, las imágenes y el sonido, elementos que configuran el lenguaje audiovisual, son ejes fundamentales en la construcción del trabajo periodístico. Dentro de los sistemas de subordinación, es importante reconocer el poder de la imagen, por su papel de afianzar estereotipos al tener una gran fuerza de atracción sobre quien recibe el mensaje.

La imagen tiene el poder de convencer y decir con inmediatez, por cuanto el lenguaje visual y gráfico constituye un elemento primordial, al ser el primero que visibiliza el receptor/a del mensaje. Dado que sus características apelan a la emoción más que a la razón y tiene múltiples planos de lecturas, la (re)producción de estereotipos a través del lenguaje audiovisual es mucho más compleja y sutil en el periodismo que en la publicidad.

Por tanto, es importante la selección crítica de recursos para lograr una comunicación no sexista. En el tratamiento periodístico del lenguaje audiovisual con este fin, se debe poner atención a los recursos de imagen y sonido (imágenes, subtítulos, infografías, efectos sonoros, musicalización) y a los detalles técnicos (movimientos de cámara, encuadres, planos, iluminación, atmósfera, montaje). Los efectos sonoros y la música forman parte de la narrativa audiovisual, mientras refuerzan la imagen y resaltan acciones y emociones, por ello también debe prestársele especial atención.

Imagen:

1. Seleccionar conscientemente el tipo de imagen que ilustra la información noticiosa o el uso de imágenes de archivo siempre que aporten a la equidad de género.
2. Se deben evitar los primeros planos y *close/up* que, por su empleo, sean discriminatorios, así como el abuso de grabaciones de archivo y contenidos que no sean estrictamente noticiosos o no contribuyan a la comprensión del problema.
3. Velar por el equilibrio de la presencia o protagonismo de hombres y mujeres en planos o secuencias de planos.
4. Se necesita que cada plano enfatice las actividades que se realizan, control y acceso de recursos, beneficios, identificación de las necesidades e intereses de hombres y mujeres, así como capacidad de las organizaciones y asociaciones para trabajar con perspectiva de género.
5. Cuidar los espacios donde se centra la cámara, en qué lugar se coloca la imagen y qué tipo de perspectivas y angulaciones se utilizan.
6. Otorgarle un tratamiento especial a la iluminación y el color que tienen un valor expresivo, pues apoyan la narración. Emplearlos con toda intención y evitar que estos recursos sugieran algún tipo de discriminación.
7. Los encuadres, angulaciones y movimientos de cámara deben armonizarse con la intencionalidad de cada realización informativa de modo tal que la fotografía contribuya eficazmente a los objetivos propuestos.

Sonido:

1. La música empleada debe evitar letras que sugieran violencia, sexismo, desigualdades, patrones de belleza o roles preestablecidos, tanto para hombres como para mujeres.
2. Escoger conscientemente qué tipo de efectos sonoros y música se utiliza para reforzar los discursos si se trata de denuncia a alguna situación discriminatoria o problemática de género.
3. No emplear los silencios y recursos sonoros que sugieran ironías o sátiras si las situaciones no lo ameritan.
4. Valorar la incidencia del sonido directo en apoyo o cuestionamiento a una situación y en función de ello otorgarle o restarle protagonismo como recurso.

Teniendo en cuenta todos estos elementos se deben conformar productos comunicativos donde se aprecie:

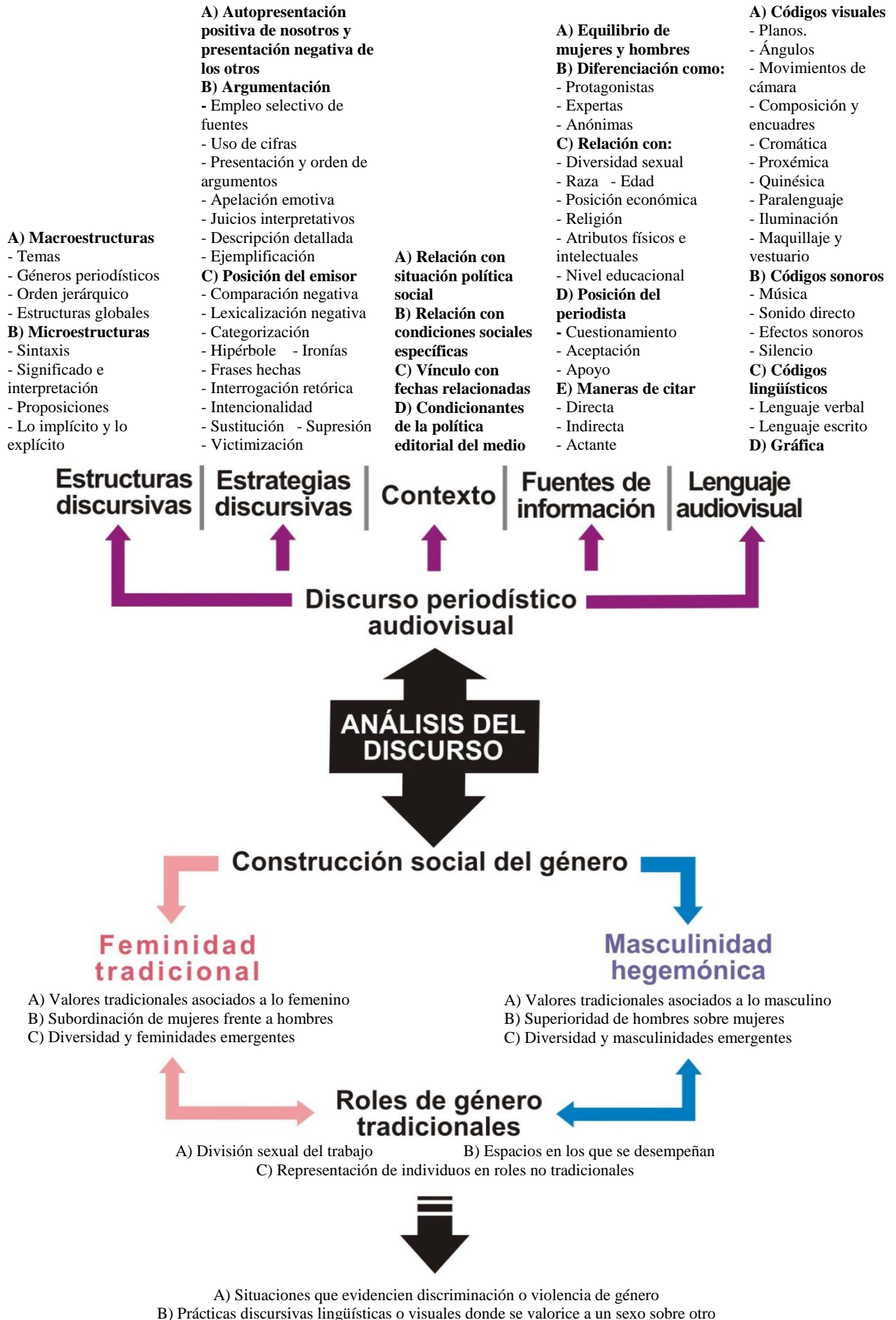
- Diversidad de mujeres, al igual que de hombres y no usar sus cuerpos para incitar ni al deseo ni al consumo.
- Evitar el canon de belleza tradicional.
- Equidad en la publicación periódica de fotografías e ilustraciones donde asomen hombres y mujeres. Tener en cuenta el tamaño en el que aparecen y las personas en ellas.
- Uso de íconos que visualicen a ambos géneros (equilibrio numérico).
- Hombres y mujeres en roles diferentes a los tradicionales.
- Diversidad de personas (raza, edad, cultura, estrato social, religión, preferencia sexual, discapacidades).
- Situaciones socialmente discriminadas expuestas como normales.
- Evitar el sensacionalismo mediante el uso de imágenes con marcas de violencia que denigran a las personas sin profundizar en las causas del problema y su prevención.

Publicación e impacto:

1. Revisar cómo se inserta el producto comunicativo dentro de la revista informativa, cuánto espacio se le dedicó o en que sección apareció.
2. Una vez publicado evaluar a quién le llegó el mensaje y qué impacto provocó.
3. Monitorear los comentarios de los receptores/as de los mensajes para lo cual pueden aplicarse encuestas a fin de conocer las repercusiones de los productos comunicativos.
4. Medir el impacto desagregado por sexo a partir de los estudios de recepción del programa.

Como complemento al conjunto de pautas se presenta un mapa de contenido, herramienta mediante la cual se estableció el análisis del discurso audiovisual, empleando las categorías, dimensiones e indicadores operacionalizados en el epígrafe 2.2 de este capítulo. Se pretende además que dicho esquema se utilice como guía de actuación para la elaboración de los productos comunicativos en la redacción informativa de Telecrystal y que se asuman todos los elementos que en él se recogen para su aplicación en el proceso de producción de noticias.

MAPA PARA EL ANÁLISIS DEL DISCURSO AUDIOVISUAL DE EN PRIMER PLANO



Una comprensión integral de los términos y propuestas referenciados en esta investigación y otros que integran el conjunto de pautas, requiere la necesaria introducción de algunos conceptos y elementos teóricos a los cuales se ha ofrecido tratamiento desde el Capítulo 1, recogidos en un glosario de términos en los anexos de este estudio. **(Anexo 4)**

Para propiciar una aplicación armónica de la propuesta se sugiere dirigir algunos de estos elementos a otros profesionales vinculados al proceso de producción de noticias como camarógrafos y editores. Los mismos deben prestar atención sobre todo a las pautas relacionadas con el desarrollo de su especialidad, es decir, dentro de la fase de construcción de la información las orientadas específicamente al tratamiento de la imagen y el sonido, pues aunque el máximo responsable de la concepción del trabajo sea el periodista, es necesario incidir en todo el equipo.

El resultado final se traducirá en un periodismo que identifique brechas de desigualdad de oportunidades, añada nuevas preguntas y nuevas fuentes, que cuestione estereotipos y roles, y se proponga analizar la información cuestionando si afecta de manera diferente a mujeres y varones, teniendo en cuenta la construcción social sobre sus roles y su representación desde el audiovisual.

2.4 Validación de aporte metodológico a través de grupos de discusión

Para la validación del aporte de esta investigación se realizó un grupo de discusión o *focus group*, en la redacción informativa de la televisión holguinera, espacio dirigido por la investigadora, al que asistieron doce participantes, entre ellos realizadores como el director-guionista del programa y la productora, además el coordinador del grupo de prensa y nueve periodistas vinculados con el proceso de producción de noticias y la realización de materiales periodísticos que conforman el discurso de la revista *En Primer Plano*.

Primeramente la investigadora explicó a los presentes el objetivo de la técnica, la manera en que iba a desarrollarse y lo que pretendía lograr con la realización de la actividad. Luego expuso una breve presentación de las principales aristas de la investigación, donde se explicaron los elementos fundamentales relacionados con las prácticas comunicativas y las rutinas productivas habituales en este grupo de prensa.

Se mostró además el método empleado para efectuar el análisis del discurso audiovisual de la revista y los resultados determinantes del mismo, haciendo énfasis en los modos de actuación de los profesionales y en el uso de las estrategias que legitiman la construcción social tradicional del género. Posteriormente se procedió a establecer el intercambio, donde se obtuvieron una serie de valiosas opiniones y sugerencias.

Un punto sobre el cual se debatió fue el referido a la selección y tratamiento de las fuentes de información. Las opiniones giraron en torno a que no solo se gana el equilibrio de representación entre hombres y mujeres favoreciendo una proporción numérica entre los entrevistados, pues el contenido y la intención de lo que se dice no depende necesariamente del género de la persona y el discurso de una mujer puede ser igualmente machista o discriminatorio.

Se trata entonces de tener en cuenta el valor semántico del mensaje de cada entrevistado y considerar sus matices a la hora de incorporarlo a la noticia como una voz experta o protagonista de la información, pero sin forzar una realidad que no existe.

En cuanto al empleo de los recursos del lenguaje audiovisual se propuso incorporar el sonido directo como un elemento más que puede brindar sus aportes a la hora de construir un producto comunicativo desde el enfoque de género. Por su parte, se sugirió destacar que los encuadres, angulaciones y movimientos de cámara deben armonizarse con la intencionalidad de cada realización informativa de modo tal que la fotografía contribuya eficazmente a alcanzar los objetivos planteados.

Se recibieron además propuestas orientadas a preparar una serie de talleres donde se proyecten materiales audiovisuales con el fin de visualizar exhaustivamente los componentes del análisis y a partir de las pautas sugeridas hacer un desmonte conjunto de los mismos, procedimiento a través del cual se aprenderá a aplicar estas herramientas de manera eficiente.

Otros criterios puntualizaron sobre las causas por las cuales esta perspectiva no se emplea de manera intencionada como la cultura profesional, la actitud ante la noticia y la sensibilidad respecto a estos temas, cuestiones anteriormente constatadas por otros métodos de investigación como la observación científica y la entrevista en profundidad.

De modo general, los participantes refirieron que el conjunto de pautas presentado se concibe como una propuesta válida, exhaustiva, de carácter integradora, donde se recogen elementos que los periodistas y realizadores desconocen por situaciones dinámicas de las rutinas productivas y por el hecho de trabajar intuitivamente, no utilizando categorías desde el punto de vista científico.

La realización del *focus group* generó un consenso en torno a la propuesta de la investigación y las recomendaciones y críticas realizadas se tuvieron en cuenta para el desarrollo del conjunto de pautas, de forma tal que la implementación intencionada e integral de la misma debe contribuir a modificar positivamente los modos de actuación y la cultura profesional de los periodistas.

Igualmente se pretende que aprovechen sus potencialidades para favorecer el empleo y tratamiento de los temas y la perspectiva de género en los materiales periodísticos que integran el discurso audiovisual de la revista informativa *En Primer Plano*.

A manera de conclusión, los participantes aportaron algunas sugerencias que permitieron el perfeccionamiento del aporte, cuyos criterios también fueron de utilidad en el ejercicio de construcción de las conclusiones preliminares y las posibles recomendaciones; los que se pronunciaron a favor de la novedad, pertinencia y necesidad de la propuesta.

CONCLUSIONES GENERALES

1. Desde el siglo XX se han enriquecido las construcciones teóricas sobre género, y en su relación con las teorías comunicológicas demuestran la necesidad de tomarlas en cuenta en la construcción del discurso periodístico, con énfasis en el audiovisual.
2. Las prácticas discursivas, desde la perspectiva de género, se sustentan en los presupuestos de las teorías del *newsmaking* y la agenda *setting-function*, así como en una serie de elementos, estrategias y estructuras discursivas que permiten develar la presencia de concepciones estereotipadas en el ejercicio profesional del ámbito comunicativo.
3. El discurso periodístico audiovisual de la revista informativa *En Primer Plano* de Telecrystal, carece de una estrategia dirigida a evitar enfoques tradicionalistas del género en la construcción de la realidad.
4. Las pautas elaboradas para favorecer la perspectiva de género en el discurso periodístico audiovisual de la revista informativa *En Primer Plano*, demuestran ser viables y pertinentes, según criterios de profesionales del medio.

RECOMENDACIONES

1. Socializar los resultados de esta investigación en la Televisión Holguinera, especialmente en la redacción informativa.
2. Implementar espacios de capacitación sobre género y comunicación orientados a periodistas y realizadores de la revista *En Primer Plano*.
3. Ampliar los estudios desde la perspectiva de género, a otros programas informativos de Telecristal.
4. Gestionar la generalización del método de análisis de la perspectiva de género en el discurso periodístico, a otros medios de prensa de la provincia.

BIBLIOGRAFÍA

- 1- Alexanian, A. (2010) *Género y medios de comunicación*. España: INDERA, Consultoría de Género.
- 2- Alfaro, M. (2008) *Develando el género: elementos conceptuales básicos para entender la equidad*. En C. N. Hernández (Comp.), *Género. Selección de lecturas*. (1era Ed., 69- 88) La Habana: Caminos.
- 3- Alonso, M. M. (1999) *Estudio de recepción de las telenovelas en Cuba* (Tesis Doctoral). Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.
- 4- Alonso, M. y Saladrigas, H. (2003) *Para investigar en Comunicación Social. Guía Didáctica*. La Habana: Pablo de la Torriente.
- 5- Álvarez, M. (2009) *La construcción social de la feminidad y la masculinidad. Papel de la comunicación interpersonal*. En C. N. Hernández (Comp.), *Género. Selección de lecturas complementarias* (1era Ed., 116- 132). La Habana: Caminos.
- 6- Amargós, A. (2015) *El proceso de producción de noticias en el Noticiero de Televisión Camagüey* (Tesis de Maestría). Universidad de Camagüey. Cuba.
- 7- Área de Juventud. Educación y Mujer del Cabildo Insular de Tenerife (2005) *Lenguaje no sexista en medios de comunicación y publicidad*. Recuperado de <http://www.tenerifevioleta.es/upload/2007112283241.pdf> 19/3/2016.
- 8- Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC). (2010) *¿Quién figura en las noticias?, Informe del Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP)*. Recuperado de <http://www.whomakesthenews.org> 7/2/2015.
- 9- Becerra, A. (2007) *Umberto Eco y el análisis semiótico-estructural de los fenómenos socio-culturales*. Nombre falso, No. 11. Recuperado de <http://www.nombrefalso.com.ar/apunte.php> 15/8/2015.
- 10- Benhabib, S y Cornel, D. (1990) *Teoría feminista y teoría crítica*. Valencia: Alfons el Magnánim.

- 11- Butler, J. (2001) *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. (2a ed) Barcelona: Paidós.
- 12- Cabeza, M. & Rodríguez, S. (2013) *Aspectos ideológicos, gramáticos y léxicos del sexismo lingüístico*. Estudios filológicos, No. 52.
- 13- Cardoso, L. (2014) *Estudio del proceso de construcción de la agenda mediática de la revista informativa En Primer Plano de Telecristal* (Tesis de Diploma). Universidad de Holguín, Holguín, Cuba.
- 14- Chaher, S. y Santoro, S. (Comps.) (2007) *Las palabras tienen sexo: introducción a un periodismo con perspectiva de género*. Buenos Aires, Argentina: Artemisa Comunicación Ediciones. Recuperado de <http://www.artemisanoticias.com.ar> 27/5/2015.
- 15- Colectivo de Autores. (2007) *Manual de Comunicación Inclusiva. Buscando la equidad*. Quito, Ecuador: Fraktal.
- 16- De Barbieri, T. (1992) *Sobre la categoría de género. Una introducción teórica-metodológica*. ISIS Internacional, No.17.
- 17- De Beauvoir, S. (1989) *El segundo sexo*. México: Alianza y Siglo Veinte.
- 18- De Lauretis, T. (1984) *Alice Doesn't: A Materialist Analysis of Women's Oppression*. Londres: Cinema.
- 19- _____. (2000) *Diferencias. Etapas de un camino a través del Feminismo*. Cuadernos inacabados, No. 35.
- 20- De la Fuente, M. (2002) *El Análisis Crítico del Discurso: una nueva perspectiva*. Contextos, XIX-XX, No. 37-40.
- 21- Diccionario de la Lengua Española (DRAE). (2014)(23 ed.) Versión Digital. Recuperado de <http://www.dle.rae.es/id=DglqVCc> 13/10/2016.
- 22- Digón, P. [S.A] *Las "otras noticias" y los telediarios españoles: una propuesta de análisis*. Coruña: Universidad de Coruña.

- 23- Edith, D. (2011) *Género, Feminismo y Comunicación: Retos de una nueva mirada*. Recuperado de: <http://www.radiocubana.icrt.cu/index...comunicacion-retos-de-una-nueva-mirada> 14/11/2016.
- 24- Federación de Mujeres Cubanas (FMC). (2002) *Algo más que palabras*. La Habana: Editorial de la Mujer.
- 25- Fernández, M. (2013) *Sexismo y Lengua. ¿Qué nos dicen los enfoques discursivos?* Revista de Investigación lingüística, No.16.
- 26- Fernández Rius, L. (2010) *Mujeres y estudios de Género en Cuba*. La Habana: Facultad de Psicología, Universidad de La Habana.
- 27- Fraisse, G. (2002) *El concepto filosófico de género*. En B. Cassin, *Vocabulaire Européen des Philosophies*. París: Editions du Seuil.
- 28- Fuller, N. (2006) *Los estudios de género en el ámbito sudamericano*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- 29- García, M. (2009) *El discurso de los telediarios* (Disertación doctoral no publicada). Universidad de Barcelona, España.
- 30- Gómariz Moraga, E. (2004) *Los estudios de género y sus fuentes epistemológicas. Periodización y perspectivas*. Santiago de Chile: ISIS Internacional No.17.
- 31- González Escobar, M. (2013) *Análisis del discurso periodístico audiovisual del programa informativo En Primer Plano de Telecristal, durante el período septiembre-diciembre de 2012. Estudio de caso* (Tesis de Maestría). Universidad de Holguín, Holguín, Cuba.
- 32- González Castro, V. (2006) *Para entender la televisión*. La Habana: Pablo de la Torriente.
- 33- González, I. (2009) *Retar el sentido común. Formas de apropiación de los discursos sociales contrahegemónicos en la construcción periodística de la realidad. Un estudio de caso único: la agencia de información Inter Press Service (IPS)* (Tesis de Maestría). Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.

- 34- González Pagés, J. C. (2002) *Género y masculinidad en Cuba: ¿el otro lado de una historia?* Revista Nueva Antropología Vol. 13, No. 61, (117-126). México, D.F.
- 35- _____. (2004) *Feminismo y masculinidad: ¿mujeres contra hombres?* Revista Temas, No.37-38. La Habana.
- 36- _____. (2010) *Macho, Varón, Masculino. Estudio de Masculinidades en Cuba.* La Habana: Editorial de la Mujer.
- 37- Grandi, R. (1995) *Los estudios culturales: entre texto, contexto, culturas e identidad. Texto y contexto en los medios de comunicación.* Barcelona: Bosch.
- 38- Hernández Chávez, C. N. (Comp.). (2001) *Género. Selección de lecturas.* La Habana: Caminos.
- 39- Lagarde, M. (1996) *Género y Feminismo. Desarrollo humano y democracia.* Madrid, España: Horas y Horas.
- 40- _____. (2008) *La multidimensionalidad de la categoría género y del Feminismo.* En C. N. Hernández (Comp.), *Género. Selección de lecturas.* (1era Ed., 35- 43) La Habana, Cuba: Caminos.
- 41- Lamas, M. (1996) *La antropología feminista y la categoría "género".* En M. Lamas (Comp.) *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual* (97-111). México: PUEG.
- 42- Legañoa, J. (2007) *Por las venas de la política editorial de Juventud Rebelde Un acercamiento a la política editorial sobre temas nacionales del diario Juventud Rebelde* (Tesis de Diploma). Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.
- 43- 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* (Tesis de Diploma). Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.

- 44- Londoño, I. (2009) *Tras las huellas del poder. Reflexiones en torno al discurso como herramienta de abuso de poder y de dominación. Entrevista a Teun A. Van Dijk*. Núcleo. No. 26, 317-336.
- 45- López, M. y Rodríguez, Y. (2009) *El gran salón de los espejos. Ideologías profesionales que inciden en la construcción de género reflejada en la producción periodística de Prensa Latina e Inter Press Service* (Tesis de Diploma). Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.
- 46- Luque Álvarez, L. (2008) *Las y los*. En C. Hernández (Comp.), *Género. Selección de lecturas* (pp. 331-334). La Habana: Editorial Caminos.
- 47- Manzano, V. (2005) *Introducción al análisis del discurso*. [S.L]: [S.N]
- 48- Martínez Terrero, J. (2006) *Teorías de Comunicación*. Guayana, Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello.
- 49- Matos, A. (2016) *Estudio de la masculinidad en el discurso periodístico del semanario ¡ahora!* (Tesis de Diploma). Universidad de Holguín, Holguín, Cuba.
- 50- Meersohn, C. (2005) *Introducción a Teun Van Dijk: análisis del discurso*. Cinta de Moebio, No. 24, 1-16.
- 51- Mengo, R. (2004) *El discurso como acción social*. Revista Latinoamericana de Comunicación Social. No. 58, 1- 10.
- 52- Minello, N. (2002) *Masculinidades: un concepto en construcción*. Nueva Antropología. No. 61, 11- 30.
- 53- Molina, Y. (2010) *Teoría de Género*. En *Contribuciones a las Ciencias Sociales*. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/cccss/10/> 12/9/2015.
- 54- Morant, N. (1998) *Social representations of gender in the media: Quantitative and qualitative content analysis*. London: Sage.
- 55- Moya, I. (2002) *Las dos caras del espejo*. La Habana: Edición digital. Recuperado de <http://www.cip.cu/webcip/eventos/servesp/comunic-mujer> 27/5/2015.

- 56- _____. (2008a) *El patio de mi casa es particular*. En C. Hernández (Comp.), Género. Selección de lecturas (273-276). La Habana: Caminos.
- 57- _____. (2008b) *Ese cuerpo orlado de belleza*. En C. Hernández (Comp.), Género. Selección de lecturas (285-294). La Habana: Caminos.
- 58- _____. (2008c) *Lo gay también vende*. En C. Hernández (Comp.), Género. Selección de lecturas (295-304). La Habana: Caminos.
- 59- _____. (2009) *Viaje a la semilla*. En C. Hernández (Comp.), Género. Selección de lecturas complementarias (130-134). La Habana: Caminos.
- 60- _____. (2010) *El sexo de los ángeles. Una mirada de género a los medios de comunicación*. La Habana: Publicaciones Acuario, Centro Félix Varela.
- 61- Muñoz, J. (2014) *Construcción de las feminidades y las masculinidades en el periodismo deportivo de los medios impresos Granma y Juventud Rebelde. Análisis de la cobertura de los Juegos Olímpicos de Londres 2012* (Tesis de Diploma). Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.
- 62- Peña, D. (2012) *Análisis del discurso periodístico del telediario Al Día desde la Perspectiva de Género* (Tesis de Diploma). Universidad de Holguín, Holguín, Cuba.
- 63- Porras, L. y Molina, S. [S.A] *Manual de género para periodistas. Recomendaciones básicas para el ejercicio del periodismo con enfoque de género*. Fondo Fiduciario España-PNUD.
- 64- República de Cuba. (1997) *Plan de Acción Nacional de Seguimiento a la Conferencia de Beijing*. Ciudad de La Habana: Editorial de la Mujer.
- 65- República de Cuba. (2010) *Constitución de la República de Cuba, 1976*. La Habana: Editora Política.
- 66- Ricardo, R. (2006) *Detrás de la fachada*. Recuperado de <http://mesadetrabajo.blogia.com/2006/110607-detras-de-la-fachada.php> 14/4/2015.

- 67- Rivera, Y. (2009) *Género y medios de comunicación: asumiendo el reto*. En C. Hernández (Comp.), *Género. Selección de lecturas complementarias* (111-122). La Habana: Caminos.
- 68- Rojas, P. (2016) *El género de los televidentes en la recepción de la revista informativa En Primer Plano* (Tesis de Diploma). Universidad de Holguín, Holguín, Cuba.
- 69- Romeu, A. (2011) *Normativa: un acercamiento desde el enfoque cognitivo, comunicativo y sociocultural*. Ciudad de La Habana: Pueblo y Educación.
- 70- Rubin, G. (1975) *El tráfico de mujeres: Notas sobre la "economía política" del sexo*. En M. Lamas (Comp.) (1996), *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual* (35-96). México: PUEG.
- 71- Scott, J. W. (1996) *El género: Una categoría útil para el análisis histórico*. En M. Lamas (Comp.), *El género: la construcción social de la diferencia sexual* (302-323). México: PUEG.
- 72- Serrano, M. M. (1986) *La Producción Social de Comunicación*. España: Editorial Alianza.
- 73- Sierra, M. (2015) *Construcción social de las feminidades y masculinidades en el discurso periodístico audiovisual del programa Portada Informativa de Televisión Camagüey* (Tesis de Maestría). Universidad de Camagüey, Camagüey. Cuba.
- 74- Silva, O. (2002) *Análisis del Discurso*. En Razón y Palabra. Revista Digital Iberoamericana Especializada en Comunicología No. 26, (1-9). México. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org> 8/9/2016.
- 75- Stoller, R. (1968) *Sexo y Género*. New York: J. Aronson.
- 76- Van Dijk, T. (1983) *Estructuras textuales de las noticias de prensa. Análisis*. Quaderns de comunicació i cultura. No. 7-8, (77- 105).
- 77- _____. (1990) *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Madrid: Paidós.

- 78- _____. (1992) *La ciencia del texto. Un enfoque interdisciplinario*. Madrid: Paidós.
- 79- _____. (1994) *Discurso, poder y cognición social*. Cuadernos. No. 2, (1-92).
- 80- _____. (1999) *El análisis crítico del discurso*. Anthropos. No. 186, (23- 36).
- 81- _____. (2001) *Estructuras y funciones del discurso, una introducción interdisciplinaria a la lingüística del texto y a los estudios del discurso*. México: Siglo Veintiuno.
- 82- _____. (2005) *Ideología y análisis del discurso*. Utopía y praxis latinoamericana. No.10, (9- 36).
- 83- Vasallo, N. (2012) *Identidades en tránsito: cubanas de tres generaciones*. Brasilia, Brasil: UNB.
- 84- Vázquez, S. (2010) *La construcción social de género en el discurso periodístico de la sección "En Cuba" de la revista Bohemia* (Tesis de Diploma). Universidad de La Habana, Cuba.
- 85- Velasco, M. (2013) *Metáfora y género: Estudio prototípico en la publicidad de la Revista British Cosmopolitan*. Odisea No. 4, (171-208).
- 86- Verón, E. (1983) *Está ahí lo veo, me habla, Noticiero televisivo*. Revista Comunicativa. No.38, (1-20).
- 87- Vidal, J. (2002) *Medios y públicos: Un laberinto de relaciones y mediaciones. Estudios sobre los efectos y la recepción de los mensajes mediáticos*. La Habana: Pablo de la Torriente.
- 88- Wolf, M. (2005) *La investigación de la comunicación de masas*. La Habana: Félix Varela.

ANEXOS

Anexo 1. Ficha Técnica

Programa: En Primer Plano

Área: Departamento Informativo

Función: Informativa

Tiempo: 27 minutos

Destinatario: Público general

Canal de TX: Telecristal

Horario de TX: De 12.00 pm a 12.27 pm

Origen: Propio

Objetivo: Informar al televidente de todo lo más importante que acontece en la provincia de Holguín.

Contenido: Diferentes géneros periodísticos como reportajes, crónicas, informaciones, entrevistas, comentarios grabados y en vivo, móviles, segmentos cultural, deportivo, especial Vía Internet, atención a la población, utilitarias, ciencia y tecnología, pronóstico meteorológico, entrevista en estudio.

Proceso de producción: Filmación y edición de noticias según plan de reporteros. Noticias recibidas por corresponsalías.

Capacidad Técnica: Departamento de cámara (3 para salidas a la calle), 3 cubículos de edición, Internet, 1 estudio, 2 cámaras en estudio, TX por FTP.

Colectivo que lo integra: Director para la TV: 1, Guionista-redactor: 1, Productor: 1, Conductora: 1, Asistente de dirección: 1.

Anexo 2. Cuestionario para entrevista en profundidad a periodistas.

Objetivo: Explorar sobre los conocimientos que poseen sobre los temas de género, cómo lo tratan en sus productos, el interés en abordarlos y el uso de las herramientas que este enfoque propone para construir productos donde se evidencie la equidad.

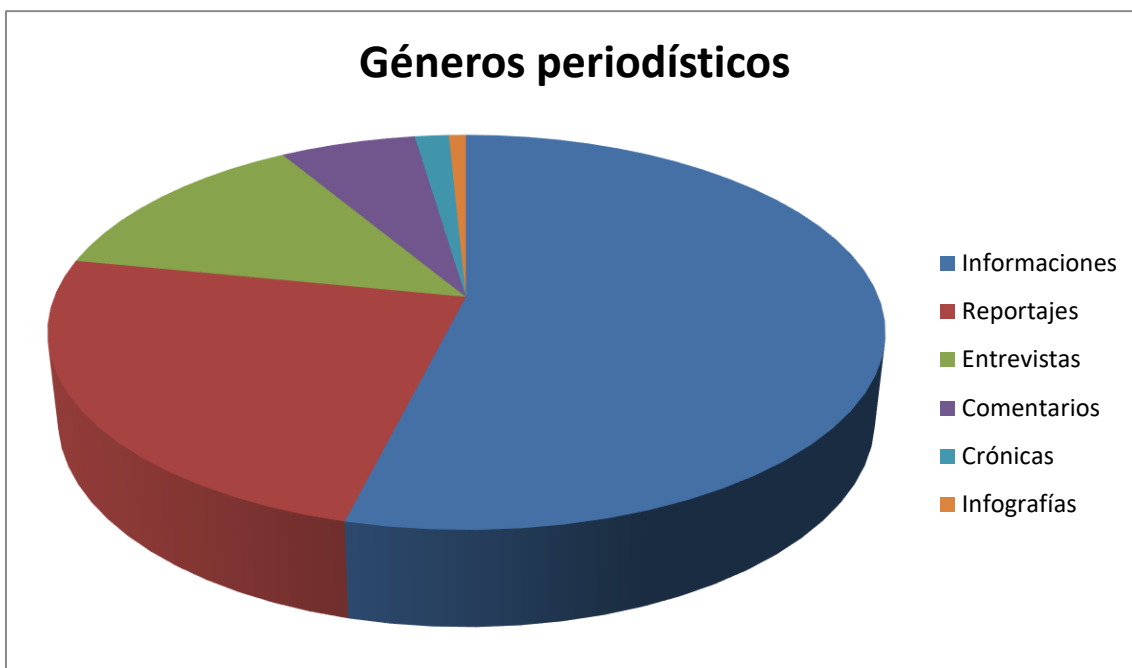
- ¿Cuáles considera los temas de mayor relevancia?
- ¿Qué elementos tiene en consideración para la selección de las fuentes?
- ¿Cómo selecciona las imágenes y otros recursos audiovisuales que acompañan la información?
- ¿Qué función prevalece en el empleo del lenguaje audiovisual, de reforzamiento a la idea expresada o para proveer de otra perspectiva al material periodístico?
- ¿Cuáles son los elementos del lenguaje audiovisual más utilizados y por qué?
- ¿Qué entiende por género?
- ¿Cómo define lo masculino?, ¿Cómo define lo femenino?
- ¿Qué entiende por diversidad sexual?
- ¿Ha recibido cursos, conferencias o algún acercamiento teórico a estos temas?
- ¿Cuáles son las vías de adquisición de ese conocimiento?
- ¿Considera necesaria la perspectiva de género en la labor periodística? ¿Por qué?
- ¿En su labor periodística incorpora enfoque de género? ¿Por qué?
- ¿Existe una política institucionalizada para propiciar un adecuado enfoque de género?
- ¿En su trabajo qué estrategias asume para evitar el sexismo?
- ¿Cuáles considera son los temas más recurrentes relacionados con el género?
- ¿Cómo considera el tratamiento de los temas relacionados con la diversidad sexual?
- ¿Cuáles son los géneros periodísticos más utilizados para el tratamiento de estos temas? ¿Por qué lo considera así?
- ¿Cree que los elementos audiovisuales sean importantes en el empleo de un enfoque adecuado de género?
- ¿Según su opinión cuáles son los valores que prevalecen en el discurso sobre lo femenino y lo masculino?
- ¿Cuáles considera son los elementos que más influyen en las representaciones de género?

Cuestionario para entrevista en profundidad a Coordinador de grupo de prensa y a Director del programa.

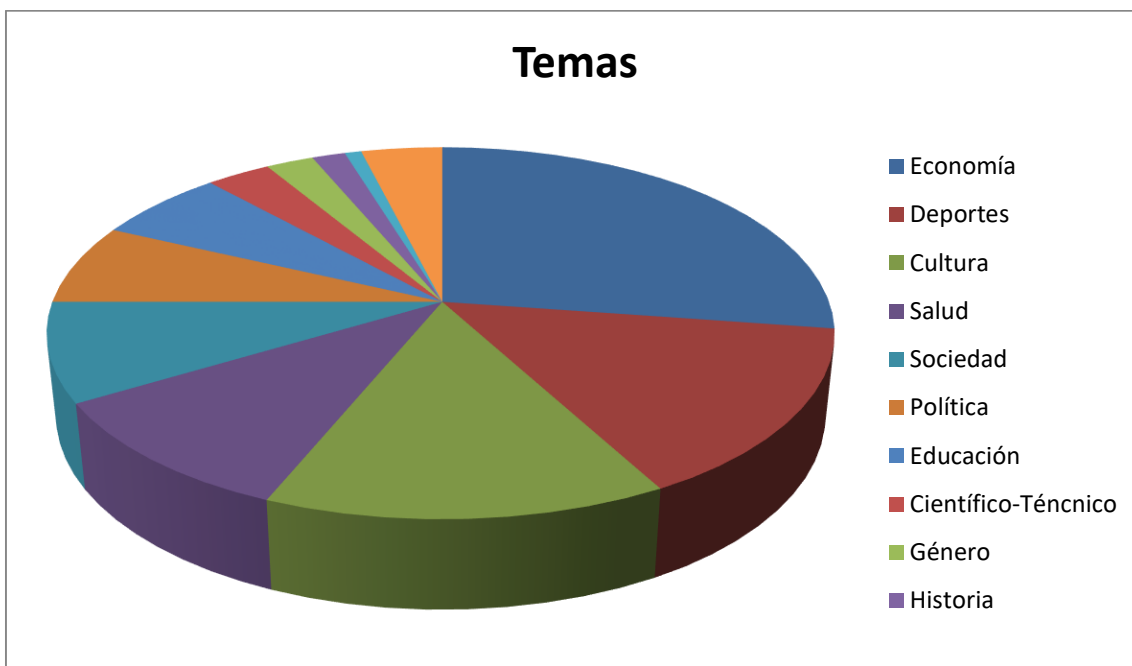
Objetivo: Conocer la importancia que le otorgan a las temáticas de género los principales decisores de los contenidos que se publican en la revista, así como las principales características que se tienen en cuenta para construir la agenda del programa y el proceso de producción de noticias en lo referente al empleo de la perspectiva de género.

- Refiera brevemente algunas de las características del programa.
- ¿Qué elementos se tienen en cuenta en la selección de los periodistas y el resto del personal técnico- artístico?
- Refiera las particularidades de la política editorial del medio.
- ¿Cuál es la política existente respecto a la selección de las fuentes?
- Refiera los criterios de noticiabilidad que se manejan.
- ¿Qué entiende por género?
- ¿Cómo define lo masculino?, ¿Cómo define lo femenino?
- ¿Qué entiende por diversidad sexual?
- ¿Ha recibido cursos, conferencias o algún acercamiento teórico a estos temas?
- ¿Cuáles son las vías de adquisición de ese conocimiento?
- ¿Considera necesaria la perspectiva de género en la labor periodística? ¿Por qué?
- ¿Existe una política institucionalizada para propiciar un adecuado enfoque de género?
- Sin embargo algunos profesionales lo utilizan, ¿cuál es su criterio al respecto?
- ¿Qué estrategias se asumen para evitar el sexismo?
- ¿Cuáles considera son los temas más recurrentes relacionados con el género?
- ¿Por qué considera que sea nulo el tratamiento de los temas relacionados con la diversidad sexual?
- ¿Cuáles son los géneros periodísticos más utilizados para el tratamiento de estos temas? ¿Por qué lo considera así?
- ¿Qué opinión le merece el tratamiento de género en el espacio *En Primer Plano*?
- ¿Según su opinión cuáles son los valores que prevalecen en el discurso de *En Primer Plano* sobre lo femenino y lo masculino?
- ¿Cuáles considera son los elementos que más influyen en las representaciones de género en la revista *En Primer Plano*?

Anexo 3. Gráficos estadísticos de géneros periodísticos y temáticas tratadas en la revista informativa *En Primer Plano*



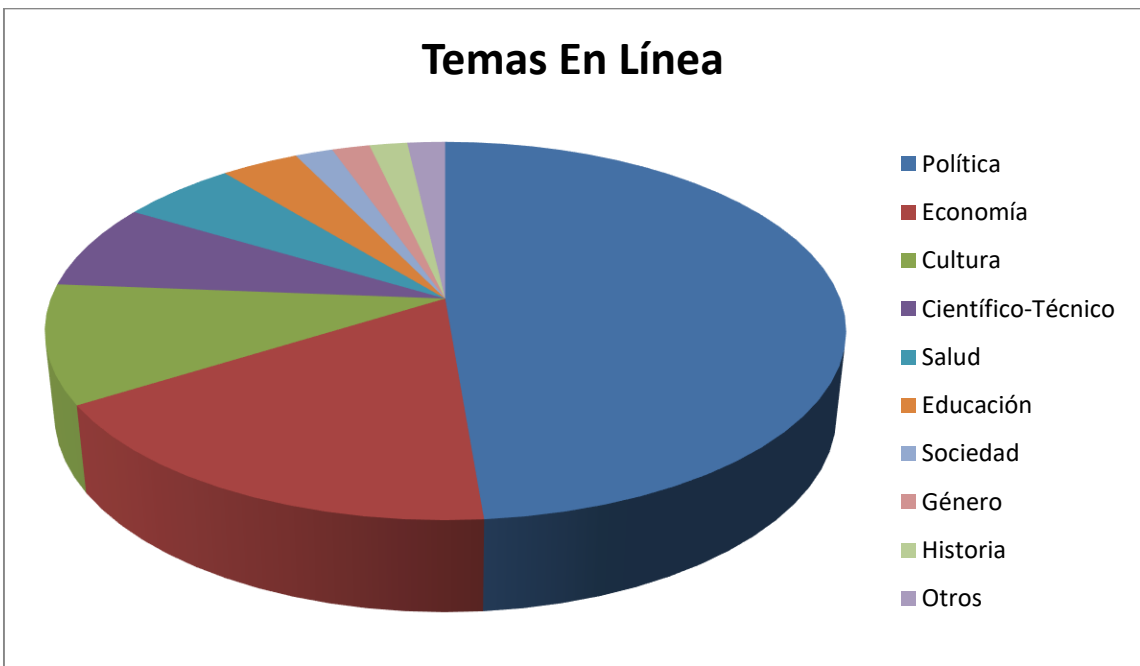
a) Distribución de trabajos por género periodístico en las emisiones analizadas de *En Primer Plano*



b) Representación de temas en el discurso periodístico de *En Primer Plano*



c) Distribución de noticias de acuerdo a interés regional



d) Relación de temas tratados en la sección de noticias vía internet *En Línea*

Anexo 4. Glosario de términos

Actante: persona o cosa que interviene o tiene un papel necesario en el relato de una acción o acontecimiento.

Aliteración: figura retórica de dicción que consiste en la repetición de uno o varios sonidos dentro de una misma palabra o frase que busca el efecto sonoro y la expresividad.

Androcentrismo: visión del mundo desde lo masculino, tomando al varón como parámetro o modelo de lo humano. Un análisis es androcéntrico cuando sólo toma en consideración la perspectiva masculina y se generalizan sus resultados como válidos por igual para mujeres y hombres.

Antanacsis: dentro de las figuras literarias, es una de las figuras de repetición. Consiste en hacer uso del valor polisémico de algunas palabras: se repite el significante (o cuerpo fónico de la palabra) pero en cada aparición el significado es distinto.

Antítesis: figura retórica que determina oposición entre dos términos contrarios o complementarios.

Brechas de Género: diferencias entre los sexos en cuanto a oportunidades, acceso, control y uso de los recursos para su bienestar y desarrollo humano. Son construidas sobre diferencias biológicas y son producto de actitudes y prácticas discriminatorias individuales y sociales, que obstaculizan el disfrute y ejercicio equitativo de los derechos ciudadanos.

Discriminación: diferenciación negativa en el trato a un grupo o individuos debido a sus características –como género, edad, grupo social, raza, religión- que le resta posibilidades de desarrollo, acceso al poder y otros derechos. Se entiende por discriminación positiva la que está presente en aquellos planes, programas, políticas tendientes a disminuir las brechas de los grupos discriminados. Actualmente se prefiere hablar de “acciones afirmativas”.

Estereotipos: imágenes o ideas aceptadas socialmente como si tuvieran carácter de inmutable y que simplifican la realidad, propiciando la discriminación. Los estereotipos de género son esquemas de comportamientos esperados de mujeres y varones, atribuidos a sus diferencias sexuales, que caracterizan a los hombres como fuertes, activos, independientes, valientes, racionales; y a las mujeres dependientes, pasivas, débiles, y sentimentales.

Equidad de género: capacidad de ser equitativos y justos, brindar los mismos derechos, trato y oportunidades a mujeres y hombres, teniendo en cuenta sus diferentes necesidades.

Feminidad: distinción cultural históricamente determinada que caracteriza a la mujer. Conjunto de características, atributos, valores, funciones y conductas que distinguen a la mujer en un contexto histórico-cultural.

Figuras retóricas: palabras o frases utilizadas para dar énfasis a una idea o sentimiento. Este énfasis consiste en que el autor, hablante o creador hace escape del sentido literal de la palabra o frase, o da un sentido diferente al comúnmente utilizado.

Género: categoría conceptual y analítica que explica las relaciones de inequidad, dominación, discriminación y violencia que existen entre hombres y mujeres. Es una construcción sociocultural que define el conjunto de rasgos de personalidad, actitudes, sentimientos, valores, conductas y actividades que la sociedad adscribe diferencialmente a los sexos.

Hipérbole: recurso literario que consiste en exagerar las cualidades, características o costumbres de las personas, lugares, animales u objetos.

Identidad de género: sentimiento y conciencia de ser masculino, femenino o ambivalente, que constituye el núcleo que integra los restantes componentes psicológicos que conforman la sexualidad. Son las formas específicas de ser, pensar y sentir asumidas por los individuos desde las asignaciones sociales que los identifican como mujeres u hombres.

Lítote: figura retórica relacionada con la ironía y el eufemismo, mediante la cual se afirma algo, disminuyendo o negando lo contrario de lo que se quiere afirmar o decir.

Machismo: ideología que encubre la dominación del hombre sobre la mujer, que no sólo enajena a la mujer sino que hace al hombre impotente de establecer una relación con ella basada en el respeto y la igualdad.

Masculinidad: conjunto de características, atributos, valores, funciones y conductas esenciales que distinguen al hombre en un contexto histórico-cultural determinado.

Metáfora: figura retórica que consiste en denominar, describir o calificar una palabra a través de su semejanza o analogía con otra palabra, por lo tanto se clasifica dentro de los tropos.

Metonimia: fenómeno de cambio semántico por el cual se designa una cosa o idea con el nombre de otra, sirviéndose de alguna relación semántica existente entre ambas.

Paralenguaje: es donde se hace al componente vocal de un discurso, una vez que le hemos eliminado su contenido. Concibe el volumen de la voz, la entonación, el ritmo y las pausas. También es utilizado en la expresión escrita para que sea entendible el texto. Es un tipo de comunicación no verbal que ayuda a la comunicación verbal.

Patriarcado: estructura social, conformada histórica y culturalmente, basada en la dominación de los hombres sobre las mujeres. Sistema de relaciones sociales, políticas, económicas y sexuales donde los varones, de forma individual y colectiva, oprimen a las mujeres, como sujetos individuales y grupo social, apropiándose de su fuerza productiva y reproductiva, de sus cuerpos y productos, a través de métodos pacíficos o la violencia.

Perspectiva de género: visión científica sobre la sociedad, a partir de la cual es posible observar las diferencias y las semejanzas entre mujeres y hombres, así como la desigualdad prevaleciente entre ambos.

Presuposición: tipo de información que si bien no está dicha explícitamente, se desprende necesariamente del enunciado.

Proxémica: parte de la semiótica dedicada al estudio de la organización del espacio en la comunicación lingüística; las relaciones de proximidad, de alejamiento, entre las

personas y los objetos durante la interacción, las posturas adoptadas y la existencia o ausencia de contacto físico.

Quinésica: estudia el significado expresivo, apelativo o comunicativo del lenguaje corporal, de los movimientos corporales y de los gestos aprendidos o somatogénicos, no orales, de percepción visual, auditiva o táctil en relación con la estructura lingüística y paralingüística y con la situación comunicativa.

Rol de género: conjunto de conductas atribuidas a hombres y mujeres. Los papeles o roles de género son asignados en función de la pertenencia a uno u otro sexo, pero se trata más bien de una división del trabajo por géneros, determinada por factores socioculturales y no biológicos. Los roles asignados tradicionalmente por el patriarcado establecen que los hombres deben desenvolverse en el ámbito público y la mujer en el espacio privado.

Sexo: conjunto de atributos y características anatómicas, fisiológicas y hormonales, de origen biológico o genético que distinguen físicamente a los seres humanos en dos grandes grupos: varones y hembras.

Sexismo: conjunto de prácticas, prejuicios e ideologías que discriminan y devalúan a las personas en razón de su sexo. Se da en toda situación donde se valoriza más un sexo sobre el otro.