

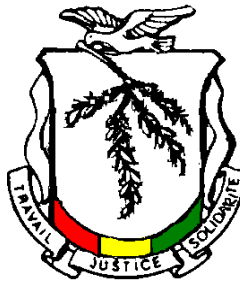


UNIVERSIDAD DE LA HABANA
FACULTAD DE COMUNICACION

Tesis de Licenciatura

Detrás de la Pantalla.

La representación social de género en los profesionales de la comunicación
de la estación de televisión de la Radio Televisión Guineana.



Autora: Fatoumata Kaba.

Tutora: MSc. Isabel Moya Richard.

Consultante: Lic. Rosa Muñoz.

Ciudad de La Habana, junio de 2006.

AGRADECIMIENTOS.

RESUMEN.

En esta tesis se aborda la problemática de género desde la perspectiva de las representaciones sociales, en el noticiario más importante de la República de Guinea, el Journal Télévisé de la Radio Télévision Guinéenne (RTG). A través de cuestionarios, entrevistas, observación participante y grupos focales se realiza una aproximación a la estructura de la representación social articulada en medio de las rutinas productivas y las ideologías profesionales en un espacio de comunicación masiva donde confluyen trabajadores y trabajadoras tanto periodistas como especialistas en edición, cámara, sonido, entre otros, insertados en un peculiar contexto plétórico de tradiciones y estereotipos religiosos, culturales, etc, sobre los roles de lo femenino y lo masculino.

INDICE

INTRODUCCION

1. GÉNERO Y REPRESENTACION SOCIAL

- 1.1. Origen del concepto de género.
- 1.2. Definición de la categoría de género.
- 1.3. Roles y estereotipos de género.
- 1.4. Definiciones conceptuales de representación social. Aproximación crítica.
- 1.5. Representación social de género.
- 1.6. Representaciones sociales, género, medios de comunicación, ideologías profesionales y rutinas productivas.

2. GUINEA, UN PAIS LLAMADO MUJER

- 2.1. República de Guinea: la cuna de los ríos de África.
- 2.2. África, una mirada desde el género.
- 2.3. género en Guinea y la situación de la mujer.

3. CAPITULO METODOLOGICO.

- 3.1. Problema de la investigación.
- 3.2. Preguntas de investigación.
- 3.3. Premisa.
- 3.4. Objetivos generales.
- 3.5. Objetivos específicos.
- 3.6. Conceptualización de las categorías de análisis.

3.6.1 Representación social.

3.6.2 Género.

3.7. Diseño de investigación y selección de los casos de estudio.

3.8. Métodos y técnicas.

4. ANALISIS DE LOS RESULTADOS.

4.1 Representación de lo masculino.

4.1.1 Ellos se miran a sí mismos.

4.1.2 Ellas los ven a ellos.

4.1.3 Lo masculino en el Journal Televisé

4.2 Representación de lo femenino.

4.2.1 Ellas se miran a sí mismas

4.2.2 Ellos las ven a ellas.

4.2.3 Lo femenino en el Journal Televisé.

4.3 Representación social de género.

5. CONCLUSIONES.

6. RECOMENDACIONES.

7. BIBLIOGRAFIA.

8. ANEXOS.

INTRODUCCION.

Los estudios comunicológicos que incorporan el enfoque de género como categoría de análisis para comprender los complejos procesos comunicacionales han aumentado en los últimos años y se han insertado en el debate de las ciencias sociales a nivel internacional.

En el caso de Cuba, aunque las investigaciones sobre la teoría de género han proliferado a partir de 1990¹, los estudios en relación con los medios de comunicación y el género son aún pocos y se concentran en el ámbito universitario.

Una revisión de las tesis de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana y del Departamento de Sociología de la Facultad de Filosofía e Historia de los últimos cinco años revela apenas algunos estudios sobre esta problemática: las tesis de licenciatura en Comunicación Social de Yaima Quiñónez Martínez, *Aroma de hombres* (2003), de Dayana Litz León Franco, *En busca de la equidad dentro de la diferencia* (2005), de Yaneicy Acosta Hernández, *Mujeres al borde de los medios* (2001). En general, estas tesis enfocan el tema de género de forma transdisciplinar, lo cual constituye el principal aporte que puede reconocerse al considerarlas.

Aunque no existe un inventario de todos los trabajos realizados en el caso de los estudios que articulan género y comunicación, tomamos como referencia las ponencias presentadas a los eventos regionales previos al VII Encuentro Iberoamericano de Género y Comunicación donde observamos que de las 29 ponencias seleccionadas por el Comité Científico sólo tres son investigaciones de corte teórico, que poseen el mérito de intentar la construcción de indicadores aplicados a los estudios de comunicación.

¹ En la actualidad existen 24 cátedras que promueven estos estudios afiliadas a universidades e Institutos superiores pedagógicos, y se está realizando por primera vez una maestría en género, adjunta a la Facultad de Psicología.

El resto de los trabajos son productos comunicativos sin apenas reflexión teórica.²

La MSc. Isabel Moya con “De Gutenberg al micro chip rompiendo silencios”³ comenzó una serie de trabajos para tratar de establecer los nexos entre la teoría de la comunicación y la teoría de género. Entre otros artículos sobre el tema de la misma autora podemos destacar “Voces Secuestradas”⁴ e “Internet, el voyeurismo en los medios y los estereotipos de género”⁵. Estas reflexiones la han llevado a trabajar su tesis de doctorado⁶ en el mismo sentido profundizando en los nexos género-comunicación a nivel epistemológico, teórico, metodológico y empírico.

A nivel internacional importantes teóricos de diversas disciplinas de las Ciencias Sociales (la Antropología Cultural, la Psicología, la Sociología, las Ciencias de la Comunicación) que no tienen como tema principal abordar la dimensión de género la han asumido en algunos de sus trabajos, entre ellos se destaca Jesús Martín Barbero⁷ con su investigación sobre imagen de la mujer en la televisión

² Entre las investigaciones teóricas se destaca la tesis de Maestría de Betty Beatón de la Universidad de Oriente “Propuesta de modelo teórico de mensajes periodísticos con el enfoque de género para la prensa escrita” (2004) la que resultó realmente un aporte pues propone una serie de indicadores para analizar mensajes de prensa.

³ Moya Richard, Isabel. *De Gutenberg al micro chip rompiendo silencios*. En *Selección de Conferencias*. La Habana, Aula de Cultura Iberoamericana, Centro Cultural de España, 2002, pág. 40.

⁴ Moya Richard, Isabel. *Voces secuestradas: hacia un periodismo incluyente, no sexista, plural y responsable*. En revista *Media Development*, Vol. 1, London, 2004, pág. 53.

⁵ Moya Richard, Isabel. *El voyeurismo en los medios y los estereotipos de género*. En *Un periodismo que refleje el mundo*. Santo Domingo, Akeru Publicaciones, 2004, pág. 41.

⁶ Moya Richard, Isabel. *Del azogue y los espejos*. Tesis en proceso de elaboración. Inédito.

⁷ Martín Barbero ha producido importantes presupuestos teóricos sobre los procesos de recepción y consumo en la comunicación de masas. Su aporte en ese campo consiste en ver la comunicación desde el otro lado, el de los oprimidos, de lo popular y lo subalterno.

española, y Pierre Bourdieu⁸ con su reflexión sobre la masculinidad y feminidad, entre otros.

En el caso de África, la llamada corriente de los estudios post coloniales ha utilizado la categoría género para tratar de explicarse la forma en que se configuran las sociedades en las diferentes culturas que componen el continente. Se destaca la labor del CODESRIA (*Conseil pour le Développement de la Recherche en Sciences Sociales en Afrique*) en ese sentido.

Esto puede comprobarse, más que en estudios teóricos, en obras de la literatura⁹, en su gran mayoría escritas por mujeres. En el caso de las investigaciones, sus enfoques tienen un marcado carácter antropológico y sociológico, o vinculado a temas del desarrollo de políticas publicas pero de hecho no existen antecedentes relevantes que articulen género y comunicación social.

No obstante, es este un elemento clave no solo para comprender las sociedades, sino para impulsar su desarrollo respetando las culturas autóctonas e insertándose en el mundo.

Si bien las actuales teorías de la comunicación han terminado por confluir en la idea de que los medios no son omnipotentes, no inoculan una idea del mundo, ni modelos de comportamiento en la mente de sus receptores, también los estudios comunicológicos confluyen en la afirmación del discurso de los medios como uno de gran relevancia entre los múltiples discursos sociales que participan en la construcción de sentidos de la realidad.

⁸ Bourdieu es en parte responsable del giro cultural en los estudios de comunicación social. Entre sus obras están: La dominación masculina y El sentido práctico.

⁹ El caso mas conocido es la aparición en 1883 del libro Historia de una Granja Africana de la sudafricana Olive Schreiner, que adoptó el nombre de Ralph Iron. Otra marca de estos escollos es el seudónimo que adoptó la senegalesa Marietou Mbale, *Ken Bugul*, que significa: “*aquella que nadie nombra*”.

Los medios de comunicación (como ya lo habían hecho antes la familia, la escuela, los centros de culto religioso, entre otras instancias sociales) se han constituido en un elemento socializador de gran incidencia en la conformación de los imaginarios colectivos, de las representaciones sociales¹⁰ que los grupos humanos elaboran sobre los hechos, objetos, realidades que los rodean.

En el caso particular de nuestro estudio nos detendremos en las representaciones sociales de género que tienen los profesionales del sistema estatal de comunicación (específicamente de los equipos de *Journal Télévisé*), pues la elaboración de los productos comunicativos tiene un marcado componente subjetivo, que se evidencia y a la vez condiciona las rutinas, las ideologías profesionales y la cultura en general.

Como señala Moya (2005) género no es sinónimo de mujer como erróneamente se asume en algunos casos. El género se refiere a los hombres y las mujeres y a todo el sistema de relaciones en que se desenvuelven en el ámbito privado y el público. Pero los estudios sobre mujer y comunicación superan con creces a los que abordan la masculinidad, porque han sido ellas desde su posición de subordinación las que han batallado por evidenciar el andamiaje de discriminación erigido a partir de las diferencias sexuales biológicas que existen entre los sexos. Es desde esta posición que en nuestro estudio nos detendremos en la representación social de género, en el contexto de los medios de comunicación guineanos.

En esta investigación se refiere como la Revolución de 1958, que triunfó en la República de Guinea, propició no solo la independencia del país de la metrópoli francesa, sino que, además, permitió a la mujer guineana emprender su lucha por incorporarse a la sociedad como un sujeto activo, libre, capaz de producir y contribuir al desarrollo social.

¹⁰ Ambos términos –imaginarios y representaciones sociales- suelen usarse a veces indistintamente, el primero desde la sociología y el segundo desde la psicología

Pero este proceso no se produce de manera lineal, sino en un ámbito de tensiones, resistencias y contradicciones con tabúes, prejuicios y discriminaciones que desde tiempo inmemorial hasta nuestros días confinan a las mujeres al seno del hogar y a la atención de los hijos y los ancianos.

Aunque estos estereotipos no se corresponden exactamente con la manera en que se estructuran en Occidente, pues en la conformación de los juicios de valor, los roles, las imágenes sociales y las conductas poseen gran influencia la religión islámica y las culturas étnicas,¹¹ sí podemos afirmar que de manera general sitúan a la mujer en una condición que desde los estudios de género se califica como de subordinación a lo masculino.

Si bien desde la política de Estado en Guinea se ha llevado a cabo toda una lucha por el tratamiento equitativo de los hombres y las mujeres siguiendo lo planteado en Beijing¹² en 1995 existen actitudes, representaciones, imágenes, informaciones que no se corresponden con los cambios que desde la política se proponen en cuanto a las relaciones de género.

Estudiar la representación social de género que existe en los trabajadores (as) en la televisión estatal (específicamente los del *Journal Télévisé*) reviste gran

¹¹ Más del 84 % de la población es musulmana y hay unos 50 grupos étnicos. Entre estos últimos se destaca: el Soussou, el Mallenque, el Peulh, el Guerze y el Kissi que son los más abundantes en el país.

¹² Diez años pasaron desde la Cuarta Conferencia Mundial sobre las Mujeres en Beijing en 1995. Guinea aparecía por consiguiente en esta dinámica. Desde entonces, el Gobierno ha definido las modalidades para poner en práctica la ejecución desde lo planteado en la Conferencia. Esto se percibe a través de la formulación de políticas sectoriales y el desarrollo de programas y proyectos incluso del tipo cuyos resultados son el asunto de este informe. (ver en anexo).

De hecho, la igualdad y la plena participación de las mujeres a la vida política, civil, económica, social y cultural y la eliminación de todas las formas de discriminación en el sexo son los objetivos importantes del Gobierno, en vista de un desarrollo armonioso y equilibrado de la nación guineana.

importancia si tenemos en cuenta el papel socializador de los medios en la sociedad guineana y que este colectivo maneja una de las instituciones más importantes y estratégicas del país.

La idea de estudiar tal fenómeno surge a través del seguimiento de varias programaciones del *Journal Télévisé* (Noticiero Estelar) -el más visto en el país, traducido a los dialectos más hablados en la República de Guinea¹³- y la percepción empírica de que los mensajes emitidos refuerzan, reproducen las actitudes, representaciones, imágenes, informaciones discriminatorias tradicionales de la sociedad.

Esta problemática casi no ha sido explotada en los estudios realizados en el país, a pesar de ser una de las polémicas sostenidas en el seno de las grandes organizaciones del continente (como es el caso de la Unidad Africana). Al mismo tiempo, es una forma de estudiar a la mujer africana desde su propio contexto cultural y no desde la visión que presupone Occidente.

Desde el punto de vista de los estudios de comunicación es interesante detenerse en los mecanismos del emisor, pues generalmente los estudios de género y comunicación se centran en la imagen o en el uso y consumo de productos comunicativos sobre todo de telenovelas y *reality shows*. En este caso, como señalábamos, realizaremos una aproximación a algunos de los actores involucrados en el proceso de producción.

Entrar en el complejo mundo de las representaciones sociales permitirá comprobar una hipótesis que los organismos internacionales, las academias y los especialistas afirman: la necesidad de capacitar en la dimensión de género a los comunicadores y comunicadoras, por cuanto la formación de sus identidades subjetivas están estrechamente marcadas por la construcción social de la masculinidad y la feminidad.

¹³ Cada uno de los más de 50 grupos étnicos hablan su propio lenguaje y no todos manejan el francés.

Al revisar la bibliografía, y en contactos con dirigentes de los medios y estudiosos de género y ONGs de mujeres comprobamos que no hay antecedentes de estudios en este campo en Guinea. Nuestra tesis pretende contribuir a que se potencie una presencia e imagen más equilibrada de las mujeres y los hombres en las representaciones de la programación, pues los medios son agentes sociales que contribuyen hoy, de forma privilegiada, a la producción de sentidos sociales de la realidad y a quienes corresponde asumir el encargo social de hacer comprender que para que exista una verdadera equidad y democracia para toda la sociedad se requiere de la eliminación de los estereotipos y de todo trato discriminatorio contra cualquier grupo social.

Los presupuestos teóricos que nos permitirán abordar nuestro estudio serán la teoría de género como ya hemos señalado y la de representación social articulada a los estudios de comunicación, pues como indica Ibáñez (1988) la representación social es un concepto marco que apunta hacia un conjunto de fenómenos y de procesos lo que permite imbricarlo con otras categorías.

La estructura de la tesis consta de cuatro capítulos que son los siguientes:

1. Fundamentos teóricos. En este capítulo se brindará un panorama general sobre temas como el género, su origen, la definición de la categoría, así como definiciones conceptuales de representación social. Se verá el género como representación social, los medios y también las ideologías profesionales y las rutinas productivas.
2. Contextualización. Aquí trataremos de ofrecer una visión sobre los estudios de género en África y como se focaliza el tema para luego caer en el caso de Guinea; Guinea como país, Guinea, sus mujeres, Discurso político-jurídico de género en Guinea y medios y la televisión nacional guineana (RTG).
3. Metodológico. En el cual se aborda el diseño de la investigación.
4. Análisis de los resultados. Con los hallazgos del estudio.

CAPÍTULO 1. GÉNERO Y REPRESENTACION SOCIAL.

En este capítulo abordaremos los presupuestos teóricos desde los cuales se asumirá nuestro objeto de estudio y en los cuales se sustenta esta investigación.

1.1 ORIGEN DEL CONCEPTO DE GÉNERO.

Los estudios de género son de reciente incorporación en el análisis científico. Apenas hace cuatro décadas comenzó a institucionalizarse su uso en la academia anglosajona y luego se extendió a otros contextos; e incluso hoy, ha trascendido el ámbito académico y es asumido por las Naciones Unidas y los gobiernos. Podemos afirmar que el concepto de género está permeando no sólo el ámbito académico, sino también el discurso social, político y legal contemporáneo.

Norma Vasallo (2004) señala que se reconoce el origen del concepto en la obra de John Money, psicólogo de Nueva Zelanda, quien se formara en las Universidades de Pittsburg y Harvard y ejerciera profesionalmente en la Clínica Psicohormonal de la Universidad John Hopkins. En 1951 usa por primera vez el término *gender* para referirse a un componente cultural, fundamentalmente a la influencia educativa, en la formación de la identidad sexual, para diferenciarlo del componente biológico.

Money y su colega Stoller investigaron el proceso de construcción de la identidad en los niños con trastornos de su sexo biológico. Definieron el concepto de género como los comportamientos esperados de una persona en función de su sexo biológico y postularon que el núcleo de identidad de género (definido como sentimiento íntimo de ser varón o de ser mujer) se construía en la más temprana niñez. (Money y Stoller en Quiñónez, 2003:31).

Como resultado de sus experimentos científicos comprobaron que la identidad de género se construye en los tres primeros años de la vida. Al conocer el sexo biológico del infante, los padres le colocan una identidad de género.

Los estudios sobre la construcción social de lo masculino y lo femenino tienen también su origen en análisis antropológicos. Desde esa ciencia se abrieron espacio en sus sistemas teóricos para descubrir de dónde venían las diferencias traducidas en desigualdad social entre hombres y mujeres en diferentes comunidades humanas. Margaret Mead¹⁴, la antropóloga norteamericana, demostró mediante investigaciones con varias sociedades patriarcales que la repartición de roles entre hombres y mujeres no responde a una condición natural. Los estudios de Margaret Mead abrieron el camino a consideraciones tan importantes como las siguientes:

- a) Las sociedades -según sus particularidades- son generadoras de las diferencias entre lo masculino y lo femenino.
- b) En todas las sociedades existen criterios estratificadores de funciones y roles para hombres y mujeres.

Simone de Beauvoir, en su libro *El Segundo Sexo*, plantea: “una no nace, se hace mujer”. Con ello sustenta la idea de una construcción de la feminidad independiente de la herencia biológica. (Lizt, 2005:17)

Se afirma que este es uno de los textos más importantes de la segunda mitad del siglo XX y uno de los más citados por las feministas.

El contenido del concepto de género desde los años `50 del pasado siglo hasta la actualidad se ha ido enriqueciendo y ampliando. En la década de los `60 fue fundamental el aporte de Robert Stoller, psicoanalista que elabora conceptualmente las diferencias entre los términos género y sexo en su libro *Sex and Gender* (1967).

¹⁴ Mead,M. "Sexo y Temperamento en tres sociedades primitivas"

Al diferenciar los términos sexo biológico (sex) y sexo construido socialmente (gender) se generaliza el uso de género para hacer referencia a muchas situaciones de discriminación de las mujeres, que han sido justificadas por las diferencias anatómicas, cuando en realidad tienen un origen social.

En la década de los 70 las feministas académicas incorporan el uso de la categoría para profundizar en las diferentes aristas de un fenómeno que construye desde la cultura. Esto permitió destacar el espacio en que las mujeres habían sido social y intrínsecamente situadas; revisar la exclusión en público y su sujeción en lo privado; así como cuestionar la retórica presuntamente universalista de la ideología patriarcal.

A partir de ese momento nacen los estudios de género, como un campo interdisciplinario de investigaciones y obtención de nuevos conocimientos. Un ámbito híbrido en sus instrumentos teóricos y metodológicos.

Además de la Antropología, la Sociología y la Psicología, otras ciencias abrieron espacios en sus sistemas teóricos para discutir de donde venían las diferencias traducidas en desigualdad social.

La teoría de género es un campo en construcción que epistemológicamente se plantea acercarse a la realidad a partir de las diferencias entre hombres y mujeres.

Según Scott (en Lamas, 1996: 287) el término de género forma parte de una tentativa de las feministas contemporáneas para reivindicar un territorio definido, específico, e insistir en la insuficiencia de los cuerpos teóricos existentes para explicar la desigualdad entre mujeres y hombres.

La noción de género parte de que la subordinación de las mujeres tiene su origen en la división sexual del trabajo con la que se origina un orden en que le correspondió a la mujer por su capacidad de gestar y cuidar a los hijos el calificado en el espacio privado y al hombre el llamado mundo público.

Respecto a lo planteado por Rosenthal y Ludin (en Litz, 2005:7), se destaca que bajo esta ideología patriarcal se instaura el matrimonio por parejas y la monogamia. El marido es reconocido como el padre de los hijos; los cuales junto a la mujer le pertenece por derecho de propiedad.

Engels (1979) demuestra que en esa etapa solo se podía hablar de igualdad a lo sumo entre los miembros de la clase o segmento poblacional masculino; las mujeres, los esclavos, los forasteros, quedan excluidos, naturalmente, de esa condición.

De una forma u otra el concepto de género ayuda a comprender cómo muchas de las cuestiones que consideramos que son atributos "naturales" de los hombres o de las mujeres, en realidad son características construidas socialmente, que no tienen relación solo con la biología.

1.2 DEFINICIÓN DE LA CATEGORÍA DE GÉNERO.

Toda teoría es un acercamiento a la realidad, en definitiva un sesgo de ella. Acercarse a la teoría del género, que aunque ha tenido un recorrido relativamente reciente en las investigaciones sociales, ha alcanzado un impacto significativo en las consideraciones de casi todas las ciencias del conocimiento humano, significa aproximarse también a definiciones múltiples a partir de la disciplina científica desde la cual se asume. Aunque hay elementos comunes, cada ciencia potencia los elementos que más se relacionan con su objeto de estudio.

Según Lagarde (1990)¹⁵ cuando hablamos de género nos estamos refiriendo a una relación abstracta producto de la evolución histórica, hablamos de lo que

¹⁵ La Doctora Lagarde es etnóloga de la ENAH y master en antropología por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociedad. Exponente del feminismo teórico, imparte cursos y conferencias en México, Centroamérica y España. Ha publicado varios libros y artículos. Entre ellos se

sucede con las mujeres comunes. Este es uno de los enfoques, tal vez el que tiene una mayor divulgación y difusión pero, hay que ir más allá.

Género es un grupo de condiciones, de atribuciones y de características asignadas al sexo. Son grupos de significado construidos socialmente desde la propia cultura en forma de actitudes, comportamientos, representaciones, estereotipos y roles para identificar a lo llamado masculino/hombre y femenino/mujer.

Estas características, tradicionalmente consideradas como de origen sexual, en realidad son históricas, por eso decimos que son “atribuidas”. El hecho “atributivo” es histórico. El mito —que es parte del sentido común, de la ideología dominante, de las religiones, de las filosofías más difundidas,- afirma que todo lo que son las mujeres y los hombres es “natural” y tiene un origen “sexual”.

Pero como señala Marta Lamas el género "es un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencia que distingue los sexos y el género; es una forma primaria de relaciones de poder "(1996; 289). Coincidimos con Lamas porque plantea al género como una construcción sobre la diferencia entre los sexos, que remarca la dicotomía entre la supremacía para lo masculino y la desvalorización de lo femenino.

El género, esa simbolización cultural construida a partir de la diferencia sexual, rige el orden humano y se manifiesta en la vida social, política y económica. Entender qué es y cómo opera ayuda a vislumbrar cómo el orden cultural produce percepciones específicas sobre las mujeres y los hombres, percepciones que se erigen en prescripciones sociales con las cuales se intenta normar la convivencia. La normatividad social encasilla a las personas y las suele poner en contradicción con sus deseos, y a veces incluso con sus talentos y potencialidades. En ese sentido el género es, al mismo tiempo, un filtro a

destaca su tesis de doctorado, producto de 10 años de trabajo antropológico sobre los cautiverios de las mujeres: madres, esposas, monjas, prostitutas, presas, y enfermas mentales.

través del cual miramos e interpretamos el mundo, y una armadura, que constriñe nuestros deseos y fija límites al desarrollo de nuestras vidas. (Lamas, 1996).

De acuerdo con lo planteado por (Scott, 1990) el género es un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias apreciadas entre los sexos, es la manera optima de expresión de la relaciones de poder, es el conjunto de conocimientos sociales.

El aporte de esta autora consiste en señalar las dimensiones de la categoría. Ella afirma que al hablar de género nos referimos a cuatros elementos principalmente:

-símbolos culturalmente disponibles, nociones normativas, la conformación por razón de parentesco, político y económico, y también la construcción de la identidad subjetiva. (Scott en Moya, 2002:30).

Foucault desde su punto de vista se centra en la relación Hombre-Mujer a raíz de los lazos de poder entre los dominadores y los dominados. De tal forma resalta que la subjetividad es una construcción histórica indispensable en la definición de procesos identitarios.

Los aportes de este teórico se centra fundamentalmente en la relación jerárquica de género y también en su revalorización de la sexualidad como parte indispensable de las relaciones sociales

Isabel Moya destaca que: "género no es sinónimo de mujer como erróneamente se asume en algunos casos..., el género se refiere a los hombres y las mujeres y a todo el sistema de relación en que se desenvuelven en el ámbito privado y el publico... los estudios sobre la mujer y la comunicación superan con creces a los que abordan la masculinidad, porque han sido ellas desde su posición de subordinación, las que han batallado por evidenciar el andamiaje de discriminación rígido a partir de las diferencias sexuales, biológicas que existen entre sexos" (Moya, 2002b).

Si bien es cierto que se nace hombre o mujer, biológicamente hablando, y por ello diferentes, las representaciones sociales y culturales que se constituyen sobre cada sexo, son elementos de carácter ideológico elaborados en un proceso histórico propio de cada cultura.

El género, desde el punto de vista psicológico se refiere al conjunto de creencias compartidas por un grupo social sobre las características psicosociales, es decir, rasgos, roles, motivaciones y conductas, consideradas propias de mujeres y hombres. (Bosch, 1999). De esta forma, el género se relaciona con el sexo, pero no es lo mismo; su formación y desarrollo dependen de procesos culturales del entorno de desarrollo de las personas desde el mismo momento de su nacimiento.

Como elemento constitutivo del género están los símbolos disponibles a los que se recurre desde representaciones simbólicas.

Retomando a Lagarde se constata que mas allá de las característica biológicas del sexo existe el género: se trata de un complejo de determinaciones y características económicas, sociales, jurídicos-políticos y psicológicos, es decir culturales, que crean lo que en cada época, sociedad y cultura son los contenidos específicos del ser mujer o ser hombre, o ser cualquier otra categoría genética. (Lagarde, 1990:177).

Después de este repaso de algunos de los principales teóricos y teóricas que han definido la categoría de género concluimos que en esta investigación se utilizará el género como referente teórico visto como un proceso de elaboración social e histórica, que se enfoca en las diferencias biológicas y configura las relaciones entre la mujer y el hombre y define los patrones, símbolos, representaciones y valores que encierran lo legitimado por masculino y femenino en una sociedad y cultura determinada. Es necesario destacar que estas relaciones se producen de manera jerárquica, potenciando una relación de poder que permite condicionar los diferentes roles y comportamientos de los

individuo en su contexto, colocando lo masculino como la norma y lo femenino como subordinado.

1.3 ROLES Y ESTEREOTIPOS DE GENERO.

Los estereotipos parten de una serie de variables físicas y sociales asignadas a las personas y grupos, la información disponible sobre ellas, creencias sobre las características, conductas o rasgos que se asumen como propios de los grupos de personas. Casi siempre existen de forma general con poco basamento científico y muy rígidos.

Estas creencias son positivas o negativas y generalmente son compartidas por las personas que conviven en una sociedad, son resultado de la cultura en diferentes contextos sociales. Determinan los criterios de las personas, sus expectativas respecto a los demás. Los estereotipos se conforman por un alto condicionamiento social, influenciado por el momento socio histórico. De tal forma resisten a los cambios pues son muy enraizados.

Los estereotipos de género son un subtipo de los estereotipos sociales, y vendrían a ser, las creencias que los individuos tenemos acerca de lo que son y cómo deben ser hombres y mujeres en la sociedad. Además incluyen el ejercicio de los roles.

Para William y Best el estereotipo de género del tipo de rol incluye creencias relacionadas con la adecuación general de papeles y actividades para hombres y mujeres. El estereotipo de género de rasgos está compuesto por características psicológicas, o rasgos de conducta, que se atribuyen con mayor o menor frecuencia a los sujetos (Bosch, en V. Gili, M: 1999).

El rol de género por su parte habla de un “conjunto de expectativas, prescripciones y estándares sobre los comportamientos sociales que se

consideran propios de las personas, en función de su sexo biológico, señalando los límites permisibles para cada sexo” (v. Gili, M: 1999).

Expresado de otro modo, es la diferencia de género asentada en el cuerpo físico de los individuos, lo cual presume formas distintas de analizar y actuar de una forma femenina o masculina. Por lo tanto los roles de género son grupos de conductas previstos en la sociedad sobre como la mujer y el hombre deben conducirse.

La dicotomía masculino – femenino establece estereotipos que condicionan los roles de género. La masculinidad se refiere a las cualidades asignadas a los hombres que caracterizan su universo representacional y su conducta en un contexto sociocultural determinado. La feminidad por su lado expresa la identidad de género, características o cualidades socialmente construidas de las mujeres. Nuestras sociedades se han caracterizado por el biomorfismo sexual, al que se le ha asignado elementos de vida. Cuando hablamos de género nos referimos a una categoría que se construye en torno a los cuerpos, lo cual sirve de instrumento para definir la vida de las personas. A los atributos se les asignan características económicas, sociales, jurídicas, políticas y culturales.

En palabras de (Rubin ,1986) se define el sistema sexo/género como conjunto de disposiciones por el cual la materia primar biológica del sexo y la procreación humana son conformadas por la intervención humana y social y satisfechas en una forma convencional, por extrañas que sean algunas de las convenciones.

Lo masculino y lo femenino se refiere al concepto de identidad de género. Las características adjudicadas a la masculinidad y feminidad, que califican su universo de representaciones y su conducta en un momento histórico, y en un contexto cultural y social determinados son términos que se definen en nuestra sociedad por estereotipos de forma opuesta.

Las definiciones que se le da a la masculinidad y a la feminidad según Muñes son construcciones socioculturales bajo las cuales se aglutinan valores, roles

así como una maneras de percibirse en una cosmovisión determinada porque el proceso de socialización es diferente para ambos. Los valores que se les enseñan a cada cual son distintos y exclusivos y corresponden a uno de los polos: masculino/varones y femenino/hembras; fortaleza/debilidad; actividad/pasividad; rapidez/lentitud; agresividad/ternura (Muñes, 2001: 36).

Lo masculino y lo femenino constituyen una realidad del sujeto; son una construcción cultural cuya esencia es biológica, a pesar de tener como base las diferencias biológicas. Es decir, los masculino y lo femenino son roles contruidos, acordados y legitimados por un sistema de creencias, descripciones y expectativas.

Todas las culturas diseñan y construyen sus esquemas de ser mujer y de ser hombre.

La masculinidad, así como el género, no constituye una característica innata y natural sino que es el producto de una construcción social, lo que es asignado como lo “masculino” en determinada cultura. (Quiñónez, 2003:37).

Espina dice que “este fenómeno social entendido culturalmente como un proceso de represión de los aspectos pasivos –afeminados – y la exaltación de los aspectos activos: ganar, luchar, apoderarse, imponer, conquistar, vencer, etc., que no se remite solo al despliegue físico sino que puede adaptar formas sutiles, solapadas, invisibles, tanto para la victima como para los observadores.” (1999:22).

También la antropóloga Mara Viveros explica que la masculinidad, lejos de ser innata, constituye una categoría polisémica, relacional e histórica. (en Grana, 2001:5).

De ahí se puede entender que el ser macho socialmente implica un conjunto construido de atributos, valores, funciones y conductas que se suponen esenciales al varón en una cultura determinada.

Existe un modelo hegemónico de masculinidad visto como un esquema cultural en donde se presenta al varón como una figura dominante y que sirve para discriminar y subordinar a la mujer y a otros hombres que no se adaptan a este modelo. (Álvarez en Quiñónez, 2003:38).

La hegemonía masculina no es más que una ideología que favorece a algunos hombres asociada con cierta forma de poder. Contiene representaciones exitosas de lo que es “ser hombre” y simultáneamente marca otros estilos masculinos como inadecuados o inferiores. Estas serían las “variantes subordinadas.” (En Espada, 2004:56).

La masculinidad construida a lo largo de la vida varía en dependencia de las características sociales, económicas y demográficas del varón, y del ambiente en que crece y vive. Por otro lado, la masculinidad es considerada una cualidad que así como se obtiene, se puede perder, de acuerdo con las circunstancias y la historia de cada individuo. (Figueroa, 1995).

Bourdieu (en Lama,) afirma que la dominación masculina está fundada sobre la lógica de la economía de los intercambios simbólicos, o sea, sobre la asimetría fundamental entre hombres y mujeres instituida en la construcción social del parentesco y el matrimonio.

Como la masculinidad, la femineidad, se inicia desde el embarazo de la madre y continúa durante los procesos de interacción con la sociedad por lo que es una construcción social relacionada con las características propias concedidas a la mujer: la delicadeza, la ternura, la sumisión y fragilidad.

Si por un lado, la biología determina las características funcionales de la reproducción de un macho y de una hembra, por otro, el ambiente y el contexto social determinan las expresiones de los comportamientos asociados a lo que se acostumbra llamar masculino y femenino (Careaga en Linz, 2005: 42).

La feminidad se entiende como el conjunto de circunstancias, cualidades y características esenciales que definen a la mujer como ser social y cultural genérico.

También se puede entender por lo femenino características históricas que indican en una sociedad determinada lo que es ser una mujer. Más allá de la voluntad de las personas se trata, socialmente, de una condición histórica.

La identidad femenina se construye bajo la noción tradicional de madre y esposa asignada por la sociedad. Sobre esa base las virtudes que se valoran como importantes para realizar dichos papeles y alcanzar el reconocimiento social son: la abnegación, la sumisión, la capacidad empática, la resignación, la paciencia, y la vivencia bajo una ética de dolor y sacrificio. La mujer es educada para dar todo, para renunciar en función de los demás.

El concepto de mujer subyacente a estos valores es el de la mujer pasiva, dependiente y asexuada que ha sido expropiada de su cuerpo, de su sexualidad y de su energía vital y creativa. La deconstrucción se realiza a partir de varios niveles o ejes que se oponen a las características de los arquetipos autonomía, cuerpo y sexualidad.

Actualmente, la feminidad no se conecta tanto con lo que tradicionalmente se establecía por la consolidación del sistema patriarcado; hoy la noción de lo femenino está en una cierta liberalización, aunque quedan muchos estereotipos que denotan cierta sumisión de la mujer ante el hombre.

1.4 DEFINICIONES CONCEPTUALES DE REPRESENTACIONES SOCIALES. APROXIMACIÓN CRÍTICA.

El género, en tanto construcción social, implica una representación consensuada desde la cual se sanciona el carácter femenino y masculino de los roles para el desenvolvimiento de los sujetos en el ambiente cotidiano.

Se puede decir que la noción de la representación social nace de algunas corrientes psicológicas y sociológicas que se desprenden de los procesos de construcción subjetiva.

A finales del siglo XIX, el sociólogo francés Emile Durkheim propuso el término de representaciones colectivas por primera vez.

Según Santillano, (2000): “Durkheim usó el término representación colectiva para designar el hecho social a partir del cual se conforman las diversas representaciones individuales. Según su punto de vista, dichas construcciones colectivas existían independientemente de los individuos, pues al trascenderlos, pasaban a formar parte del bagaje cultural de una sociedad; mientras que las representaciones individuales constituían una expresión particularizada y adaptada de las características del individuo”.

En otras palabras se plantea que la subjetividad es: “un fenómeno social a partir del cual se construyen las diversas representaciones individuales” (en Prede, 2001:34).

George Hebert (1932) y también Blumer (1937) plantearon desde la psicología y su interaccionismo simbólico que todo comportamiento es una interacción que adquiere un carácter de comunicación al dársele un sentido. En este caso los elementos recibidos son descodificados en significados y actúan en códigos simbólicos en los procesos de interacción y de construcción de la realidad social.

Bruner en 1957 explicó que el conductivismo social demuestra la participación de los procesos de percepción en la construcción de las imágenes ante los factores del contexto social.

Moscovici retoma de Durkheim su concepto de representación individual e introduce la noción de la representación social y funda todo un nuevo campo de estudio en la psicología social. Según su punto de vista las representaciones sociales son guías para la acción. Él intentó verificar, experimentalmente, la característica esencial de las representaciones, estructuras elaboradas e

inducidas en situaciones de interacción, las cuales desempeñan un papel frecuentemente más importante que lo objetivo en los comportamientos adoptados por los sujetos en los grupos.

El interaccionismo simbólico se dedicó al análisis de la negociación de las significaciones atribuidas a los fenómenos sociales (Blumer, 1969); sin embargo, estos conocimientos carecían de un principio unificador que permitiera integrar en una misma perspectiva la explicación del origen y la naturaleza del pensamiento social.

Moscovici con su teoría intenta dar solución a este problema, y así ha sido reconocido en la actualidad en la psicología social de corte europeo. Los múltiples debates, publicaciones, tesis, sobre las representaciones llaman la atención de muchas ciencias sociales, como la antropología, las ciencias políticas, la Historia.

Desde entonces, emerge el concepto de representación como interdisciplinario e híbrido, en el cual confluyen nociones como las de ideología, cultura, imagen o pensamiento.

Actualmente la noción de representación ha cobrado un lugar fundamental en las ciencias sociales. El término representación social constituye la designación de fenómenos múltiples que se observan y se estudian a varios niveles de complejidad, individuales y colectivos, psicológicos y sociales. Además, constituye también una nueva unidad de enfoque para el análisis de los procesos comunicativos.

Jodelet, una de las principales estudiosas que retoma el tema después de Moscovici con importantes investigaciones sobre el fenómeno representacional, destaca que las representaciones sociales se presentan bajo formas variadas, más o menos complejas, imágenes que condensan un conjunto de significados, sistemas de referencia que nos permiten interpretar lo que nos sucede, e incluso, dar un sentido a lo inesperado; categorías que sirven para clasificar las

circunstancias, los fenómenos y a los individuos con quienes tenemos algo que ver; teorías que permiten establecer hechos sobre ellos. Y a menudo cuando se les comprende dentro de la realidad concreta de nuestra vida social, las representaciones sociales son todo ello junto. (Jodelet, 1988:472).

Las representaciones demuestran características que sugieren que son producto de la comunicación social. Ellas mueven acciones y roles y asignan papeles a los individuos dentro de su contexto social. Conjuntamente, en ellas se expresan creencias, valores, actitudes.

Con respecto a la definición de representación social, Serge Moscovici explica en su obra "El psicoanálisis, su imagen y su público" lo siguiente: "si bien es fácil captar la realidad de las representaciones sociales, no es nada fácil captar el concepto" (Ibanez, 1998:32).

Este autor señala que esa dificultad se debe a que la representación social es un concepto donde confluyen nociones de origen sociológico como la cultura, la ideología, etc, y de procedencia psicológica, tales como la imagen o el pensamiento. El concepto se caracteriza por ser socio-psicológico y polimorfo, al integrar diferentes elementos. Por esta razón la representación es un término que apunta más a los procesos y fenómenos que hacia objetos claramente definidos y diferenciados.

Esas especificidades modulan el concepto de la representación, y al mismo tiempo lo orientan hacia un grupo de fenómenos y de procesos no tanto como hacia objetos distintos y mecanismos definidos.

En un primer momento, Moscovici define la representación social "como un sistema de valores, nociones y prácticas que proporciona a los individuos medios para orientarse en el contexto social y material, para dominarlo. Un corpus organizado de conocimiento y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen intangibles la realidad, física y social, se integran

en un grupo o una relación cotidiana de intercambio, liberan los poderes de su imaginación“ (en Quiñónez, 2003:17).

Por otro lado las representaciones son saberes de sentido común que tienen como meta comunicar, actualizar e integrar a los individuos en el contexto social, con lo cual cada representación nace a través de las relaciones de intercambios de comunicaciones de los grupos.

Es la forma por excelencia de constantes intercambios de conocimientos donde lo que se conoce se ubica entre lo que se desconoce.

Denise Jodelet (en Gamez, 2005: 83-91) retoma esa idea y plantea que toda representación social es la representación de algo y de alguien. Dice además que el contenido de la representación social: informaciones, imágenes, opiniones, actividades, categorías de clasificación, marcos de referencia, etc.... siempre se refiere a un objeto ideal o concreto, al propio cuerpo de hechos sociales y por otra parte, se trata de contenidos elaborados y compartidos por sujetos sociales. Es la interrelación de lo psicológico y lo social.

La representación es una forma de lograr conocimientos que emergen de las relaciones de interacción grupales con el medio y se conducen hacia un objeto socialmente significativo.

Entre los estudiosos de la representación social algunos autores enfatizaron sobre la insistente relación entre las representaciones sociales y los factores socio estructurales que inciden en ella. De esa manera, Doise plantea que: “las representaciones sociales constituyen principios generativos de tomas de posturas que están ligadas a inserciones específicas en un conjunto de relaciones sociales y que organizan los procesos simbólicos implicados en esas relaciones” (en Ibáñez, 1987:34).

La representación social es la concretización de las relaciones que se establecen entre las personas y su contexto social y también sirven de vínculo

para unir una entidad de tipo mental o simbólico, con las prácticas y las posiciones sociales.

En 1981 Moscovici elabora un nuevo concepto de representación social como continuación al otro, extendiendo su definición anterior. La nueva definición toma en cuenta el carácter simbólico de la representación y la nombra como “conjuntos de conceptos, enunciados y explicaciones originadas en la vida corriente, en el transcurso de la comunicaciones interpersonales. En nuestra sociedad se corresponde con los mitos y los sistemas de creencias de las sociedades tradicionales, incluso se podría decir que son la versión contemporánea del sentido común” (Predes, 2003:17).

Esto se traduce como la interpretación simbólica de la relación entre sujeto y objeto, una conformación de la realidad a través de la producción de significados acerca de los objetos, que proveen sentido a la realidad vivida o pensada, como constitución del sentido de la realidad a la cual los sujetos observan y confieren un significado.

Retomando lo señalado por Moscovici, Farr define a la representación social como sistemas de valores, ideas y prácticas con una función doble: primero, establecer un orden que permita a los individuos orientarse en su mundo material y social y dominarlo; segundo, posibilitar la comunicación entre los miembros de una comunidad proporcionándoles un código para el intercambio social, para nombrar y clasificar sin ambigüedades los diversos aspectos de su mundo y de su historia individual y grupal. (Farr, 1983: 655).

Las representaciones sociales se verán explicitadas tanto en su contenido como en su proceso, en las formas de conocimiento, en las maneras en que lo requiere el modo de comunicar el propio conocimiento. Son una forma de reconstrucción mental de la realidad generada en el intercambio de informaciones entre sujetos.

Serge Moscovici clasifica la representación social en:

- representación hegemónica; que parte desde un alto grado de consenso entre los miembros del grupo. Lo que Durkheim llama la representación colectiva.

- representación polémica: que se origina mediante los instantes de controversia sociales de acuerdo con los acontecimientos notables.

- representación emancipada; que emerge entre subgrupos específicos que son portadores de nuevas formas de pensamiento social que introducen en la sociedad.

Las representaciones sociales están mediadas por un conjunto de condiciones económicas, sociales, históricas que caracterizan a una sociedad precisa junto con sus creencias y sus valores.

Lo específico de las representaciones proviene de su propia dinámica de procesos de formación: los mecanismos de objetivación y de anclaje.

La forma en que los saberes y las ideas acerca de determinados objetos entran a formar parte de las representaciones sociales ocurre mediante una serie de transformaciones específicas de la subjetividad: los mecanismos de objetivación y anclaje. La objetivación transcurre para sintetizar las informaciones, los valores del entorno que componen a toda representación, mientras que el anclaje determina la naturaleza práctica del cuerpo representacional.

Las representaciones están permeadas por las prácticas sociales que se encuentran relacionadas con los sujetos. En los procesos de comunicación social se produce principalmente la construcción de las representaciones sociales.

Los medios de comunicación tienen una trascendencia capital. Entre ellos la televisión desempeña un papel fundamental en la conformación de la visión de la realidad que poseen los individuos sometidos a su influencia. Otro tanto sucede con la comunicación interpersonal precisamente a través de las múltiples conversaciones en las que participa toda persona en el transcurso de un día

cualquiera de su vida habitual, ya sea por intervenir directamente en ellas o como oyente pasivo o más o menos accidental.

Las comunicaciones sociales serían difícilmente posibles si no se desarrollaran en el contexto de ciertas representaciones compartidas. En la medida en que constituyen una visión compartida de la realidad y un marco de referencia usual, las representaciones sociales viabilizan, entre diversos procesos sociales, los comunicativos. Así por tanto, las representaciones sociales no funcionan únicamente como medios de producción social; eventualmente constituyen a su vez un contexto de producción de fenómenos sociales.

En este estudio nos basaremos en el concepto que ofrece Denise Jodelet por considerar su definición una de las más amplias y completas: El concepto de representaciones sociales designa una forma de conocimiento específico; el saber del sentido común, cuyo contenido manifiesta la operación de procesos generativos y funcionales marcados socialmente. De manera más amplia, designa una forma de pensamiento social práctico orientada hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del ambiente social, material e ideal. Tales características específicas en el plano de la organización de los contenidos o de los procesos deben referirse a las condiciones en que emergen las representaciones, a las comunicaciones en las cuales ellas circulan, a las funciones que ellas sirven en interacción con el mundo y con los otros (Jodelet en Banchs, 1984).

La autora entiende que la noción de representación social está compuesta por algunos elementos esenciales como:

- El conocimiento espontáneo, del sentido común, por oposición al pensamiento científico.

-El aprendizaje de los conocimientos de la vida diaria, por medio del contexto social y de las informaciones que circulan, con gente que nos rodea en el entorno próximo o lejano.

-Los hechos prácticos que tienen lugar en la construcción social de una realidad común que compartimos junto con los demás y que sirven para expresar nuestras ideas del universo en que vivimos.

-El conocimiento socialmente construido y compartido, elaborado desde las experiencias, las informaciones y los modelos de pensamiento que nos llegan y que transferimos a través de patrones sociales.

Estamos de acuerdo con el criterio de algunos teóricos acerca de que para que haya una representación social, el conjunto de opiniones debe revelar su carácter estructural.

Di Giacomo (en Ibáñez, 1987:34-35) por su parte resalta las características estructuradas de la representación social con su visión sobre el concepto. “...Todo conjunto de opiniones no constituye sin embargo una representación social...el primer criterio para identificar una representación social es que está estructurada.”

Las representaciones sociales constituyen una formación multifacético y polimorfa, en la cual los fenómenos de la cultura, la ideología y la pertenencia socio estructural dejan su impronta, al tiempo que elementos afectivos, cognitivos, simbólicos y valorativos participan en su configuración (Predes en Quiñónez, 2003:19).

La representación social existe relacionada con diferentes objetos en un universo de opiniones compartidas en colectividades ya sean por lugar o por ideología. No todos los grupos de opiniones pueden considerarse representaciones sociales, ellas están siempre estructuradas. Por su parte, los conjuntos de opiniones deben compartir elementos emocionales y se identifican por acciones o por comportamientos especiales.

Las representaciones sociales permiten a los sujetos incorporar elementos nuevos del medio. Constituyen, en fin, conjuntos de orientaciones ideológicas de un colectivo organizados de forma no aleatoria y que corresponde a su realidad vital.

Aunque ya señalamos que nos afiliamos a las definiciones de Jodelet retomamos también la estructura de las representaciones sociales que determinó Moscovici. Este autor los sitúa en tres dimensiones alrededor de las cuales se articula el conjunto: la información, el campo de representación y la actitud.

1. La información: es la organización, la cantidad y calidad de conocimientos referido al objeto de representación. Incluye datos estereotipados y otros más originales. Según Serge Moscovici esto se conecta con la estructuración de los conocimientos que posee un grupo respecto a un objeto social. (Moscovici, 1979: 45).

2. El campo de representación: se refiere a la forma en la cual los sujetos organizan de forma jerárquica el contenido de la representación. El campo de la representación se construye en torno al núcleo figurativo que es la parte más estable de la representación. Este núcleo otorga significado al resto de los elementos que conforman el campo, permitiendo visualizar las propiedades cualitativas, imaginativas, al integrar las informaciones en un nuevo nivel de organización en relación a sus fuentes inmediatas. (Moscovici, 1979: 47)

3. La actitud: es la dimensión que expresa la orientación positiva o negativa en correspondencia con el objeto de la representación social y es significativa desde el punto de vista emocional para el sujeto, por lo tanto su implicación determinará la posición o comportamiento que se asuma respecto al objeto. La actitud es el elemento más antiguo y resistente. Expresan una especie de elemento motivacional afectivo en la conformación de la representación social.

La actitud es la más frecuente de las tres dimensiones y, quizás, la primera desde el punto de vista genético. En consecuencia, es razonable concluir que nos informamos y nos representamos una cosa únicamente después de haber tomado posición y en función de la posición tomada. (Moscovici, 1979 p. 49)

Otras fuentes de determinación de la representación social son, a juicio del propio Moscovici los mecanismos de objetivación y anclaje. Ambas nociones se refieren a la elaboración y al funcionamiento de una representación social lo que demuestra la interdependencia entre lo psicológico y las condicionantes sociales.

Los mecanismos de objetivación y anclaje pueden ser explicados como sigue. El proceso de objetivación va desde la selección y descontextualización de los elementos hasta formar un núcleo figurativo que se naturaliza enseguida. Es decir, lo abstracto como suma de elementos descontextualizados debe tornarse una imagen más o menos consistente en la que los aspectos metafóricos ayudan a identificarla con mayor nitidez. Se constituye así un edificio teórico esquematizado.

La objetivación convierte en real un esquema conceptual, duplica una imagen con una contrapartida material. El resultado, en primer lugar, tiene una instancia cognoscitiva: la provisión de índices y de significantes que una persona recibe, emite y toma en el ciclo de las comunicaciones, puede ser superabundante. Para reducir la separación entre la masa de las palabras que circulan y los objetos que las acompañan (...) los `signos lingüísticos' se enganchan a `estructuras materiales' (se trata de acoplar la palabra a la cosa). (Moscovici, 1979 p. 75).

Con el anclaje la representación social se liga con el marco de referencia de la colectividad y es un instrumento útil para interpretar la realidad y actuar sobre ella. El anclaje designa la inserción de una ciencia en la jerarquía de los valores y entre las operaciones realizadas por la sociedad. En otros términos, a través del proceso de anclaje, la sociedad cambia el objeto social por un instrumento

del cual puede disponer, y este objeto se coloca en una escala de preferencia en las relaciones sociales existentes. (Moscovici, 1979:121).

Por otra parte Denise Jodelet (1984), señala que el anclaje genera conclusiones rápidas sobre la conformidad y la desviación de la nueva información con respecto al modelo existente y proporciona marcos ideológicamente constituidos para integrar la representación y sus funciones.

De manera sintética, Moscovici (1979) aclara ambos procesos argumentando que la objetivación traslada la ciencia al dominio del ser y que el anclaje la delimita en el del hacer. Así como la objetivación presenta cómo los elementos de la ciencia se articulan en una realidad social, el anclaje hace visible la manera en que contribuyen a modelar las relaciones sociales y igualmente cómo se dicen.

Moscovici deduce tres condiciones de emergencia de una representación cualquiera: la dispersión de la información, la focalización del sujeto individual y colectivo y la presión a la inferencia del objeto socialmente definido.

1- Dispersión de la información. La información que se tiene nunca es suficiente, por lo regular está desorganizada, y los grupos no reciben las mismas cantidades, ni calidades de las informaciones. En este caso, la norma cultural del grupo y su interés condicionan la aprobación de la información en dependencia de sus intereses.

Moscovici (1979) concluye afirmando que la multiplicidad y desigualdad cualitativa entre las fuentes de información con relación a la cantidad de campos de interés, vuelven precarios los vínculos entre los juicios y, por ende, compleja la tarea de buscar todas las informaciones y relacionarlas.

2- Focalización. Las personas o las colectividades -dice Moscovici (1979)- focalizan sus intenciones en ciertos aspectos de la realidad porque estas responden a los intereses de cada individuo y del colectivo por estar implicadas en la comunicación social como hechos que mueven los juicios o las opiniones.

Banchs (1984, 1990) y Herzlich (1979) dicen que la focalización es señalada en términos de implicación o atractivo social de acuerdo a los intereses particulares que se mueven dentro del individuo inscrito en los grupos de pertenencia. La focalización será diversa y casi siempre excluyente.

3. Presión a la inferencia. Alude al hecho social que con frecuencia obliga a dar opiniones, tomar posiciones, etc, con respecto a temas que son centrales en el contorno social al cual pertenecemos. Desde el punto de vista de Moscovici: la vida corriente, las circunstancias y las relaciones sociales exigen del individuo o del grupo social que sean capaces, en todo momento, de estar en situación de responder. (Moscovici, 1979 p. 178).

Estas tres condiciones de emergencia -dispersión de la información, grado de focalización y presión a la inferencia- constituyen el pivote que permite la aparición del proceso de formación de una representación social y, en mayor o menor grado, al juntarse hacen posible la génesis del esquema de la representación. El común denominador de esta relación sería la traducción de la disparidad de posiciones frente a un objeto significativo en términos sociales y recuperados de un contexto dinámico, cambiante y conflictivo. Con el movimiento de tales condiciones de emergencia quedaría determinada tanto la naturaleza de la organización cognoscitiva de la representación, es decir, su estructuración como esquema cognoscitivo; así como su misma existencia y grado de estructuración.

La representación social es una forma de expresar, difundir discursos del sentido común, la realidad de un modo relacionado con los valores y esquemas cognitivos de la sociedad y las personas. Los seres humanos construyen un campo de referencia, conocimientos habituales que facilitan la comunicación social.

La representación social, siendo parte de la estructura general que conforma el habitus, constituye sin dudas una guía para las acciones y percepción de la realidad como lo plantea Bourdieu (en Gamez, 2005:84). De manera sintética las

funciones de la representación social pueden ser desde el punto de vista de estos autores -Moscovici, (1986), Jodelet (1986), Abric, (1994), Valsiner (2003) citados por Gamez, (2005: 84)- las siguientes:

1. Función cognitiva de integración de la novedad e interpretación de la realidad: En este caso las representaciones se refieren al modo que el sujeto percibe, expresa la realidad de manera coherente con los valores y esquemas cognitivos del individuo y de la sociedad. Además determina las condiciones del marco referencial de las comunicaciones sociales y permite integrar las novedades en el pensamiento social, transformando los nuevos conocimientos científicos en saberes del sentido común.

2. La función identitaria: Las representaciones intervienen en la conformación de las identidades grupales, individuales y sociales, designan un sistema de creencias características que califican los objetos sociales de acuerdo con las formas y contenido de las normas sociales del contexto en que se socializan las personas introduciendo una visión diferente de la realidad. No siempre estos son consensuados por las propias características de las representaciones sociales por lo que Abric plantea en la teoría del núcleo central o figurativo “que toda representación esta organizada en torno a un núcleo central que es el elemento que determina la significación y la organización de la representación, por lo tanto la representación esta configurada por elementos periféricos que son accesibles a los cambios y que anclan el significado de la representación a un contexto particular. (en Gamez, 2005:85).

3. Función de orientación de los comportamientos y las prácticas: Las representaciones aquí, orientan, guían las prácticas, el comportamiento de los individuos que se expresan con su acción y su habitus sobre la realidad que puede ser anticipada. Además, hacen posible la selectividad de la información y la interpretación. Esta es la función más importante de la representación social por sus características: interviene como un sistema de anticipación, de

expectativa, de organizador significativo de la realidad. Las representaciones, por último, actúan sobre la realidad conformando al objeto de conocimiento mismo.

4. Función justificadora: Las representaciones permiten la justificación de comportamientos, de determinadas tomas de posturas, también justifica una acción asumida en una situación singular. De otro modo están relacionadas con las acciones, contribuyen a la legitimación del orden social, permiten que los sujetos perciban como natural los presupuestos ideológicos instituidos y que asuman las condiciones sociales que corresponda a su posición en el medio.

1.5 REPRESENTACIÓN SOCIAL DE GÉNERO.

La división de lo masculino y de lo femenino trasciende una realidad biológica, para adquirir también una dimensión simbólica y cultural. Esta dicotomía refuerza el hecho de que las sociedades hablan y piensan de forma diferente, construyendo representaciones.

La representación social se construye simbólicamente en las relaciones entre sujeto y objeto, conforma la realidad mediante la producción de significados con respecto al objeto, y da sentido a la realidad vivida o pensada, es decir, hace posible la conformación del sentido de la realidad. Los individuos perciben un objeto, le confieren un significado y construyen la representación social del mismo (Quiñónez, 2003:18).

En la representación de género subyace una construcción de la realidad social mediante los procesos de socialización y subjetivación, donde el sujeto parte de sus experiencias individuales y justifican, a partir de la cultura, una idealización de las relaciones humanas estructuradas y consensuadas desde las ideologías ya existentes en la sociedad, supuestamente imprescindible para su convivencia en ella.

El género a nivel individual es la subjetivación de las exigencias sociales, de clases, tal como las van construyendo las personas a partir de su propio cuerpo y sus experiencias, no siempre conscientes, en su historia. En este sentido el género tiene un contenido particular para cada una/o y por lo tanto posee diversas significaciones, aún cuando además tiene elementos comunes, cotidianos (Vasallo, 2004).

Las relaciones con las personas, la comunidad de contenidos asignados /asumidos al género que ellas portan se intercambian en las diversas maneras de comunicarse, construyendo un saber cotidiano que se constituye en la representación social del género, construida y compartida socialmente.

Los conocimientos de sentido común defendidos por diferentes grupos sociales se explicitan en las relaciones entre las personas que integran determinados colectivos: la familia, las instituciones y hasta los grupos informales, conformándose referentes que forman parte de las exigencias sociales de los sujetos.

Es la continuidad de un proceso que contribuyen a perpetuar los contenidos asignados socialmente al género, no sin sufrir los cambios que el contexto socio histórico demanda en cada período a lo que se une además, las circunstancias de la vida de cada persona.

Según Norma Vasallo (2004) explica el género como representación social compartida, que nos va llegando a través de diversas exigencias sociales, y se van tomando elementos, algunos de los cuales asumen de manera más intensa convirtiéndose en parte esencial de las personas como características propias o como objetivos a alcanzar.

Es lo que nos identifica con otras personas en cómo somos y cómo queremos ser, expresándose en nuestros proyectos personales de vida y por supuesto en nuestra identidad individual. Las definiciones atribuidas al género contribuyen a la configuración de las identidades de cada una/o y entre ellas/os mismas/os.

Las representaciones de género constituyen posiciones sociales cargadas de significados diferentes, el hecho de que se sea representado y se represente a sí mismo uno como hombre o mujer, implica el reconocimiento de la totalidad de los efectos de esos significados (De Laurentis en Linz, 2005:16).

Según Laurentis, el género es una dimensión exclusiva que se vincula con otros componentes del orden de lo real que incluyen las prácticas sociales, como del orden simbólico, léase normas y valores.

El género como objeto socialmente significativo se estructura en un conjunto de ideas y representaciones ideológicas en función de su contexto en las diferentes relaciones que se establecen entre los grupos sociales.

Al hablar del género como ideología nos estamos refiriendo a toda una filosofía que considera el pensamiento de los seres humanos en una perspectiva bipolar: lo femenino y lo masculino, lo débil y lo fuerte, etc.

Al referirse a la ideología de género Scott (1988: 55) hace alusión a las representaciones socialmente compartidas sobre las relaciones genéricas en una sociedad en un momento histórico determinado.

Los procesos discursivos de conformación de los significados funcionan como campos de referencia para las representaciones socialmente constituidas y desplegadas.

La representación social de género son sistemas de conocimientos de sentido común consensuados, ideologías que responden a los intereses de agentes sociales y comportamientos, acciones, posturas conformados a partir de los procesos de socialización en torno a lo que es ser femenino o ser masculino para la sociedad en momentos históricos determinados.

Es necesario señalar que para abordar un estudio de representación social de género hay que tocar la complejidad de las prácticas sociales y las ideologías y entenderlas en su coyuntura.

1.6 MEDIOS DE COMUNICACIÓN, IDEOLOGÍA PROFESIONAL, RUTINAS PRODUCTIVAS, REPRESENTACIÓN SOCIAL Y GÉNERO

Este epígrafe pretende, ofrecer un panorama conceptual breve de lo que puede ser la ideología y después confluir en los factores profesionales conocidos bajo el término de ideologías profesionales articulado a las rutinas productivas adoptadas por los comunicadores para luego determinar su participación en la construcción de representaciones y su función en la conformación de la identidad de género.

Algunos autores manejan de una forma equitativa los conceptos de las representaciones y de las ideologías, y asumen a este último como una visión del mundo o sistemas de creencias compartida por los grupos o clases.

Contrariamente a esa idea, la introducción del concepto por autores marxistas lo ubica como generador de significados del mundo social que tributa al establecimiento y mantenimiento de diferentes relaciones de poder y formas de discriminaciones (dominación).

La ideología se comprende desde este enfoque como la forma en que “el significado movilizado por las formas simbólicas sirve para establecer y sostener las relaciones de dominación; establecer, en el sentido en que el significado puede crear e instituir de manera activa relaciones de dominación ; sostener, en el sentido de que el significado puede servir para mantener y reproducir las relaciones de dominación mediante el proceso permanente de producción y recepción de forma simbólicas”, entendiéndolo a estas últimas como una “amplia gama de acciones y lenguajes, imágenes y textos, que son producidos por los sujetos y reconocidos por ellos y por otros como constructos significativos” (Tompson, en Nápoles,2003:13).

Entendemos por ideología la forma en que el significado sirve en circunstancias específicas, para implantar y sostener relaciones de poderes constantemente o

fundamentar relaciones de dominación (Ibáñez, Benvoi, Joule, Abric, Jodelet, en Gámez, 2005: 88)

La ideología funciona como un constitutivo social en la producción de significación y sentido de la existencia de la humanidad, apoya creencias y sustenta lo establecido como sistema y a su vez la justifica. Reconstruyen la realidad en función de los intereses de la clase hegemónica.

Por su parte, Marx y Engels abundan sobre la idea de la ideología como “falsa conciencia” y recalcan el sentido negativo del término. Parten del juicio de que la conciencia es usada como instrumento para la comprensión de las actitudes y las acciones humanas así como de los fenómenos sociales (en Comellas, 2005).

Estos teóricos abordan la ideología, como forma de legitimar el dominio político de la clase hegemónica sobre las demás (clase dominante sobre la dominada).

Según Serrano “La representación ideológica de la realidad ofrece un modelo del mundo reconocible en el entorno o fácticamente posible; sugiere a los actores⁽¹²⁾ comportamientos factibles y aceptados; y describe situaciones que suelen ser las más probables” (Martín Serrano, 1993: 44-45).

La ideología, falsifica y crea representaciones de la realidad, además consolida y defiende lo que ya existen como orden social y poder, esas acciones están justificado por su carácter universalista es decir que esta no esta consignado a una clase particular.

Al definir las representaciones ideológicas desde la teoría de las mediaciones Serrano, Gamez plantea que resulta innegable el solapamiento de la noción de

⁽¹²⁾ Los actores: son personas idóneas de variar el medio en que esta insertado. Este medio encierran el ambiente ecológico, otros actores, obras y productos materiales y culturales, organizaciones, instituciones, ideas, conocimientos creencias y valores. El actor está dada por su capacidad de afectar al medio tanto material como, informacionalmente.

mediación, representación e ideología desde sus especificidades, para luego decir que se trata de un mismo objeto de conocimiento.

La ideología parte de su función mediadora, aprovecha para imponer la significación propia del grupo dominante (de poder). Por otro lado, estudiosos como: Jean Francios Lyotard y Raymond Williams parten de los códigos del lenguaje, para retoma el tema de la ideología, con una visión más amplia al señalar que los discursos sociales, incluyendo la comunicación social, son portadoras de ellas.

Según Lyotard (1985: 164-165), la ideología es un módulo constitutivo de “la estructura profunda de la producción de significación y sentido social de las cosas y de la vida; la ideología como expresión del lenguaje que permanece latente e incluye procesos de significaciones que producen constreñimiento y libertad”.

Williams asume que “lo ideológico son aquellas formas discursivas mediante las cuales la sociedad trata de instituirse a sí misma sobre la base del cierre, de la fijación de sentido, del no reconocimiento del juego infinito de las diferencias. Lo ideológico sería la voluntad de totalidad de todo discurso totalizante; y en la medida en que lo social es imposible sin una cierta fijación de sentido, sin el discurso del cierre, lo ideológico debe ser (y es) constitutivo de lo social” (Williams en Nápoles, 2004:57-58).

Coincidiendo con los criterios que plantean los autores citados y considerado sus particularidades, alcanzamos a sistematizar los principales características que define la ideología como una forma de establecer relaciones de poder, de construir representaciones de la realidad, mediar y controlar todo el conjunto social.

La cuestión es concebir lo ideológico como una sintetización de la totalidad de las acciones de los seres humanos, son conocimientos inducidos y otorgados a

las personas, son símbolos a través de los cuales se interpreta la realidad social y opera como guía para la conducta colectiva e individual.

Por ello también se habla de las ideologías profesionales como expresión de un conjunto de códigos que permiten mantener, tutelar la práctica profesional

Los primeros estudios sobre la idea de la profesionalización se realizaron a partir de la mitad del siglo XIX y al inicio del XX, Como ya es sabido las incipientes investigaciones tuvieron sus orígenes teóricos dentro de una disciplina de la sociología (del trabajo) basada sobre el estudio de la profesión para luego asentar su bases teóricas en manos de sociólogos estadounidenses.

Estos estudios fueron evolucionando y creciendo hasta establecer que lo

profesional es el conjunto de ideas, representaciones en torno a los valores éticos y morales. Se estableció como “un estado cualitativamente superior en la evolución histórica de ciertas ocupaciones”, e incluso, como una “ideología para organizar y controlar grupos de trabajadores que realizan actividades específicas”⁽¹⁵⁾. (ídem) Es la forma idónea para la construcción de representaciones sobre la realidad social por lo tanto es una forma de legitimar las practicas y mantener el control de la comunidad de profesionales.

Según con lo planteado por Weber (1973) “la profesión es la expresión de dos procesos principales: la vocación y el conocimiento del especialista, en este sentido las profesiones tienen relación con dos tipos de procesos: de significación y de legitimación.”

Dennis McQuail” considera que, fundamentalmente en la Comunicación Social, la plena profesionalización ha sido superada por el dinamismo, novedad y

⁽¹⁵⁾ Pérez, Juan Orlando. Profesiones y profesionalismo. Inédito, 2003, citado por Nápoles, 2003. pp. 23, en Comellas, 2005; 62.

evolución de las ocupaciones implicadas que coexisten con la indefinición de una determinada habilidad profesional” (Comellas, 2005:65).

Grossi señala “que la profesionalidad periodística se caracteriza sobre todo por el rol social de competencia que se les atribuye a los periodistas en la producción de imágenes en la realidad colectiva.” (Grossi en Alsina, 1989:147-150)

Luego de retomar aspectos teóricos y prácticos vinculados con la ideología y profesión, se puede agrupar estos dos conceptos en un término ideología profesional que “bien podría pensarse como ideología “de lo profesional” puesto que es ese significado el que permite trazar las estrategias comunes de validación de sí mismo y por tanto de los profesionales que las portan o que forman parte del grupo social en el entramado de grupos similares que confluyen en el mercado laboral” (Nápoles, 2003: 23).

La ideología profesional nos muestra una visión idealizada de la actividad periodística, relacionada con conceptos tales como el olfato o instinto periodístico, la defensa de la verdad, la neutralidad, la independencia, el saber comunicar, la objetividad, etc.

La ideología profesional encierra “el valor que otorgan los periodistas a las funciones de los media en la sociedad y los modos de indagar, construir y presentar la información no son los únicos elementos constitutivos de las ideologías. Estas también engloban los juicios de valor, las motivaciones profesionales que incentivan a actuar de un modo específico y la convicción de que es necesario mantener incólume la confidencialidad a fin de preservar la confianza de la audiencia” (Comellas, 2005: 68).

“Puesto que los periodistas no manifiestan una ideología profesional, esta debe ser encontrada en una serie de usos y prácticas convencionales. Al carecer de una epistemología compartida por todos los miembros de la profesión, los periodistas llegan a su filosofía mediante una ideología de fe, que no está

basada en la investigación científica. Las normas y el sistema de valores de los periodistas derivan de su juicio noticioso y de una serie de definiciones convencionales de la noticia desarrolladas a través del tiempo; convenciones que proceden más o menos de lo que 'está en el aire', de lo que 'todos saben'" (Altschull, 1995: 28).

La ideología profesional del periodista supone un proceso de profesionalización; o sea, se muestra una correspondencia precisa entre el grado de profesionalización de una práctica laboral y el estadio de formación de la ideología profesional. Esta ideología está determinada por el contexto económico, social y político, y por las cualidades del medio de comunicación en que se desarrolla el periodista, teniendo en cuenta las condiciones materiales que posibilitan el proceso de producción y la determinación de las fuentes informativas.

Otro de los conceptos a abordar en este epígrafe es el de rutinas productivas, las cuales constituyen formas específicas de organizar la producción, que garanticen el control sobre la estabilidad de la maquinaria informativa; de gran importancia en la construcción de representaciones de la realidad, además intervienen en la recomposición de principios y valores esenciales de la ideología profesional. Sin las rutinas no es posible el llamado proceso de 'industrialización' del quehacer informativo.

“Algunos autores definen como rutinas aquellos procesos encargados de generar un trabajo periodístico a semejanza del anterior, a la vez que otros las vinculan a la transformación de cada uno de nuestros actos en hábitos. Siguiendo un camino congruente topamos con dos modalidades de dichas prácticas: las voluntarias y las involuntarias. Las primeras actúan en el enfrentamiento a una labor novedosa en la que debemos desplegar empeño y dedicación. Las segundas funcionan cuando dicha labor se torna frecuente y comienza a concebirse de forma mecánica” (Comellas, 2005:33).

Las rutinas productivas y valores-noticia actúan conjuntamente en el mantenimiento de la estructura social dominante, y crean un sistema informativo que compatibiliza la rentabilidad económica con la integración social y la amortiguación de las contradicciones, tensiones y conflictos de la sociedad.

De manera que las ideologías profesionales en el periodismo y las rutinas productivas establecen una relación dialéctica en donde se presuponen y a la vez se expresan mutuamente.

Esta relación evidencia a su vez las representaciones sociales que se tienen estructuradas acerca de la realidad por ese colectivo profesional a nivel del discurso y actitudes. En este sentido, esta investigación indaga desde las ideologías profesionales y las rutinas productivas en las representaciones sociales de género de un colectivo de profesionales de la comunicación.

El vínculo entre el género y los medios ha sido históricamente conflictivo. Los primeros estudios comunicacionales sobre el sexo culturalmente construido, se focalizaron en la acusación y crítica de los contenidos de los medios masivos de comunicación.

Moya señala, en su tesis de doctorado, donde intenta aproximar ambas teorías (comunicación y género), destaca que son tres los elementos fundamentales en los que se centran los estudios actuales sobre el tema -comunicación; imagen, la presencia de comunicadores/as en los medios, y por último los procesos de recepción.

La dependencia entre los medios y la teoría de género es dialéctica, Precisamente los lazos entre ambas teorías, constituyen una relación sinérgica. Estas relaciones e interrelaciones se concentran esencialmente en los contornos práctico, teórico conceptual, metodológico y cognitivo según Moya.

Los estudios sobre el emisor en el caso de las investigaciones con enfoque de género se ha centrado en la presencia numérica de mujeres como periodistas, presentadoras y técnicas dentro de los medios. Incluso el capítulo J del Plan de Acción de la Plataforma de Beijing¹⁶ insta a los gobiernos a potenciar mayor presencia de mujeres en los diferentes en los diferentes medios.

Aunque el acceso sin duda es importante en la potenciación de la igualdad de género, no se debe caer en la posición esencialista de pensar que al existir más mujeres en los medios ya existe una visión de género.

Pues la ideología patriarcal está tanto en hombres como en mujeres. Y aunque en los últimos años la profesión se ha ido feminizando siguen siendo los hombres los que ocupan los puestos de toma de decisiones.

Otra forma en que se evidencia la discriminación es que a la mujeres, sobre todo en la televisión se le piden rejuvenecimientos físicos que no se tienen en cuenta en cuanto a los hombres.

Una investigación de Mediawatch¹⁷ opina que en el la televisión los presentadores, salvo periodistas de gran prestigio, no sobrepasan los 40 años.

En la presente investigación queremos trascender el estudio del emisor viendo la presencia numérica de mujeres, que es poca como se verá, sino profundizando en las representaciones sociales tanto de hombres como de mujeres acerca de lo femenino y lo masculino.

Las representaciones sociales se exteriorizan bajo formas variadas, más o menos complejas. Imágenes que condensan un conjunto de significados, sistemas de referencia que nos permiten interpretar lo que nos sucede, e incluso, dar un sentido a lo inesperado; categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos y a los individuos con quienes tenemos algo que

16

17

ver; teorías que permiten establecer hechos sobre ellos. Y a menudo cuando se les comprende dentro de la realidad concreta de nuestra vida social, las representaciones sociales son todo ello junto (Jodelet 1988: 472). La relación entre género y representación social, ideologías profesionales y rutinas productivas son complejas, pero no debemos limitarnos a una relación causal, sino al funcionamiento.

Las relaciones sociales se constituyen a partir de experiencias, de las informaciones, conocimientos, y modelos de pensamiento que tomamos y transferimos a través de la práctica, la educación y la comunicación social. De ahí la importancia de que en el campo de la comunicación se conozca y maneje este acercamiento a los fenómenos sociales y comunicativos. De acuerdo con el criterio de Piñuel: “a diferencia de las representaciones individuales, cuyos productos no siempre son transferibles y objetivables, las representaciones sociales son imposibles sin comunicación, en tanto en su génesis, como en su vida y evolución, las representaciones sociales se constituyen en su integridad por datos exclusivamente construidos por la vía de la mediación comunicativa; es decir, producidos y reproducidos a través de sistemas más o menos complejos de circulación de mensajes, o sea, de interacciones comunicativas entre los individuos”. (Piñuel, 1987: 54) De este modo se puede afirmar que en las representaciones sociales de los profesionales de la comunicación intervienen dinámicas que se relacionan y cruzan en el entramado de las construcciones sociales de sentido de la ideología profesional, que revelan las rutinas productivas entre otras mediaciones que influyen en los procesos de socialización y la reproducción de la cultura y la conformación de la identidad.

Quiñónez plantea que la construcción de las representaciones no solo se origina a través de los MCM, también en los procesos de comunicación social; además constituyen una perpetua y repetida aportación de material para formar representaciones sociales.(2003:22)

Sin duda ninguna pensamos que es el campo de la comunicación social donde un acercamiento a los fenómenos comunicacionales que trate de examinar tanto las representaciones sociales sobre ciertos temas, como el modo en que los individuos, se representan una serie de percepciones y elementos que, en gran mayoría, son también difundidos por los medios.

La representación social, el género y la comunicación social tienen sus puntos de nexo y tensión en aspectos que se expresan, se conforman y a su vez se erigen en la subjetividad cotidiana.

2. GUINEA¹⁸, UN PAÍS LLAMADO MUJER.

¹⁸ En lengua susú Guinea significa mujer.

En este capítulo se describe el contexto en el que se realiza nuestra investigación. Primeramente, presentamos la República de Guinea de manera general; luego nos aproximamos a detalles particulares de los marcos de representación de género en el país e incluso, extendemos nuestro análisis al resto del África Subsahariana.

De igual forma nos referiremos al sistema de medios de comunicación masiva existentes en ese país del África Occidental y en especial a la Radio Televisión Guineana.

2.1 RÉPUBLICA DE GUINEA: LA CUNA DE LOS RÍOS DE ÁFRICA.

La República de Guinea¹⁹ es un país de la costa del África Occidental de una superficie de 245 857 Km. cuadrados. Se distinguen cuatro regiones: *la Base Guinée, la Haute Guinée, la Mioene Guinée y Guinée Forestier*. Guinea posee fronteras con Guinea-Bissau y Senegal al Noroeste, Malí al Nordeste, la Costa de Marfil al Este, Liberia y Sierra Leona al Sur.

Los límites geográficos de la Guinea actual son el resultado de las divisiones heredadas del colonialismo francés, y como en muchos países del continente, estas fronteras desde el punto de vista cultural e histórico resultan artificiales y generadoras de conflictos tribales y étnicos.

En los siglos X y XI Guinea formó parte del imperio de Ghana, en el XIV pasó a formar parte del imperio de Malí y en el siglo XIX fue anexada al imperio de Sonrhaï.

¹⁹ International Crisis Group, *Guinée: incertitudes autour d'une fin de règne*, diciembre de 2003.
http://www.ikuska.com/Africa/Paises/guinea_conakri.htm

Los primeros navegantes occidentales en acercarse a las costas guineanas fueron los portugueses a mediados del siglo XV, a los que se impondrían los franceses en el XVII, y más tarde, los comerciantes británicos. Todos ellos competían por el control del mercado de esclavos en la región y, más tarde, al acabar la trata, se disputaban el control de las materias primas como el aceite de palma, cacahuete, y otros.

La colonización francesa comenzó hacia 1850 y logró, en 1882, anexar Guinea al Protectorado de los Ríos del Sur que comprendía a la actual Senegal. En 1895 ingresa como Guinea Francesa al Gobierno de África Occidental Francesa (AOF).

Después de la Segunda Guerra Mundial, los grupos que se oponían a la dominación francesa unidos al movimiento sindical iniciaron la lucha organizada contra el colonialismo. En esta lucha sobresaldría Sékou Turé, un líder obrero que posteriormente encabezaría el Partido Democrático de Guinea (PDG). Bajo su dirección, Guinea sería la única colonia que votó en contra de la constitución de la Comunidad Francesa en 1958 y optó por la independencia completa. Se proclama entonces la primera República de Guinea el 28 de septiembre de 1958.

A la muerte de Sékou Turé en 1984, el ejército lleva al poder al General Conté. En 1991 se proclama la segunda República que formula una nueva constitución de democracia liberal pluripartidista. Desde 1993 ha sido reelecto en varias ocasiones el General Lansana Conté quien actualmente es el presidente de la república.

El país cuenta actualmente con una población cercana a los 10 millones de habitantes que viven mayoritariamente en las zonas rurales. Por su composición étnica los *Peuhl* constituyen el 40 por ciento, los *Malinké* el 30, los *Soussou* el

20 y otras pequeñas tribus el 10 por ciento. El idioma oficial es el francés que solo es hablado por el 15 por ciento de los guineanos. Las lenguas originarias más habladas son *malinke, peuhl, soussou* pero existen otros grupos etnolingüísticos como *Loko, Soninke, Bande, Dan, Mandingo, Tukolor, Fulani, Mano, Yakuba, Kissi, Nalu, Limba*.

La religiosidad es también un importante componente de la sociedad guineana. La mayor parte de la población es musulmana con un 85 por ciento, la presencia de cristianos es de alrededor de un 8 por ciento y se considera que las religiones autóctonas son practicadas por un 7 por ciento de la población. Esta catalogación no excluye la existencia de prácticas y cultos sincréticos.

Aunque posee grandes yacimientos de minerales, energía hidráulica y recursos agrícolas, Guinea es uno de los países más pobres del mundo. Su agricultura emplea al 80 % de la mano de obra. Posee el 25 % de las reservas mundiales de bauxita y su sector minero, supone el 85 % de sus exportaciones.

Algunos indicadores estadísticos expresan la situación de pobreza del país: ocupa el lugar 157 en el índice de Desarrollo Humano del PNUD que incluye a 175 países, la esperanza de vida al nacer es 48, 5 años, la mortalidad infantil es de 109 por cada 1000 nacidos vivos en el primer año de vida, y de 169, por cada mil hasta los cinco años.

El Índice de analfabetismo es de 44,9 por ciento en los hombres y 73 por ciento en las mujeres. El por ciento de población que alcanza la escolarización terciaria es apenas del 1,3.

Por otro lado, la situación de violencia generalizada en la región ha convertido a Guinea en el principal país receptor de refugiados que huyen de contextos de guerra o tensión en Sierra Leona, Costa de Marfil, Guinea Bissau y Liberia. Por

lo que se ha visto obligada a acoger a millares de refugiados que pesan sobre la economía del país.

2.2. ÁFRICA: UNA MIRADA DESDE EL GÉNERO.

Precisamente, para referirse a la discriminación de género como una de las causantes de desigualdad social y como uno de los factores que contribuye a la marginación de la mujer africana, e indagar sobre los estudios de género en África se hace necesario tomar en cuenta las condiciones que mediatizan a la gran mayoría de las mujeres africanas. La principal de ellas es que se ven condenadas a la pobreza extrema y al atraso educacional que limita su posibilidad de integrarse al desarrollo sociopolítico y económico.

Por supuesto, que no existe "la mujer africana" como un todo amorfo y homogéneo. África no es un país, aunque muchas veces desde la visión eurocéntrica se percibe como una totalidad, sin respetar la singularidad de cada región.

Sin embargo, aunque esté compuesta por multiplicidad de países, etnias, religiones, costumbres, paisajes, hay ciertas cuestiones que permiten acercarnos a un análisis más global, entre ellas, el continuo bamboleo a que ha sido sometido este continente desde la llegada de los europeos.²⁰

Algunos indicadores de Naciones Unidas ofrecen una aproximación a la situación de las mujeres en este continente. Entre ellos utilizaremos el índice de

²⁰ Remei Sipi: "Africa Subsahariana y sus mujeres" en Revista Pueblos (www.revistapueblos.org), junio de 2004.

Bifani, Patricia: "Opresión y poder, la mujer del Tercer Mundo con especial referencia a la mujer africana", en Revista Africa Internacional; www.eurosur.org/ai/africa94.htm

Pregúntele al Banco Mundial su parte de responsabilidad en la dirección que han tomado las condiciones de vida de estas mujeres": entrevista a Aminata Traoré; en Revista Rebelión, www.rebelión.org, 26/02/04.

riesgo de muerte materna, pues se considera una expresión del acceso de las mujeres a la salud. Las estimaciones del riesgo de muerte por maternidad van de 1 muerte por cada 19 embarazos en África oriental y occidental, a 1 por cada 9 mil en Europa occidental.²¹

Según un informe del Banco Mundial, "la mujer en el África Subsahariana produce un 80% de los alimentos de base pero recibe sólo un 10% de los ingresos generados y controla apenas un 1% de la tierra"²².

"El machaque económico de África es una ablación que nos duele más que la del clítoris. Que dejen la posibilidad a las mujeres africanas de organizarse, de llevar a cabo su combate, porque se están muriendo de tanto desprecio cultural"²³ ha expresado una importante feminista de Malí, en alusión al desconocimiento de algunas feministas europeas, que centran sus campañas en denunciar la ablación e infibulación del clítoris en ciertas culturas africanas, pero que no abordan el tema de la feminización de la pobreza.

El analfabetismo, un importante obstáculo para lograr el empoderamiento de los seres humanos en general y de las mujeres en particular alcanza en África subsahariana al 33 por ciento de los hombres del subcontinente y al 53 por ciento de las mujeres.²⁴

Es necesario, entonces, profundizar en las raíces económicas, sociales e históricas que entrelazan la crisis actual de los pueblos africanos con las "situaciones" de sus mujeres.

²¹ Remei Sipi: "Africa Subsahariana y sus mujeres" en Revista Pueblos (www.revistapueblos.org), junio de 2004.

²² Revista África Internacional n 18; www.eurosur.org/ai/18/mujer.18.htm

²³ Entrevista a Aminata Traoré, ex ministra de cultura de Malí y candidata a la Presidencia; Pregúntele al Banco Mundial su parte de responsabilidad en la dirección que han tomado las condiciones de vida de estas mujeres": entrevista a Aminata Traoré; en Revista Rebelión, www.rebelión.org, 26/02/04.

²⁴ http://www.fao.org/documents/show_cdr.asp?url_file=/docrep/X2785s/X2785s10.htm

Por otra parte, desde el punto de vista cultural en muchas sociedades tradicionales africanas la división sexual del trabajo colocó a las mujeres en posición de subordinación al hombre. Todo este sistema se sostenía sobre una estricta adecuación entre comportamientos sociales, actividades económicas y prácticas culturales patriarcales. La intervención colonial confirió nuevas particularidades a las formas de discriminación y subordinación de las mujeres.

Paradójicamente en la llamada África Negra el trabajo de la mujer consigue día a día la supervivencia de muchas familias, y se ha convertido en uno de los motores económicos de la sociedad africana postcolonial por no decir el principal, ya que su aportación representa el 80-85% de la economía a nivel micro.

La lucha por la equidad de género se produce en un ámbito complejo pues la situación de pobreza y marginación en la que viven millones de mujeres no las hace plantearse como reivindicación inmediata su posición y condición en la familia y en la sociedad, pero al mismo tiempo, han surgido varios grupos y organizaciones que se ocupan de promover los derechos de las féminas en el continente y abogan por dar voz y espacio en la agenda pública a las mujeres. Reclaman el derecho al desarrollo, la salud, la educación y la vida en condiciones de igualdad.

Por otra parte muchos gobiernos en sus legislaciones han incorporado algunos de los acuerdos internacionales para el adelanto de la mujer, aunque en la práctica aún no se lleva a cabo su implementación.

A este panorama se suman las investigaciones realizadas desde el propio continente por africanos y africanas que reivindican, sobre todo, una mirada no eurocéntrica y se cuestionan críticamente los estudios realizados desde las antiguas metrópolis. Sustentan sus investigaciones en la diversidad cultural, el

respeto a la diferencia y se insertan en la corriente de los llamados estudios postcoloniales.

A esta tríada compuesta por la sociedad civil, los gobiernos y los investigadores sociales se suma el movimiento feminista internacional que aboga también por la igualdad de derechos, oportunidades y posibilidades entre hombres y mujeres en África.

Entre las organizaciones de diferente carácter que existen en el continente podemos mencionar: AMANITARE (En defensa de los derechos sexuales y reproductivos de las mujeres africanas) WLSA (Women and Law in Southern Africa Research Trust), WILDAF/FEDDAF (Mujeres del Derecho y Desarrollo en África), FEMNET (Red de Mujeres Africanas para el Desarrollo y la comunicación), FAS (Femmes Africa Solidarité), ACW (African Centre for Women), SWAA (Society for women and aids in Africa), AFAFSI (Association des femmes africaines face au Sida).

Si particularizamos en las investigaciones podemos afirmar que en África, los estudios de género giran en torno a las consecuencias multiformes del orden patriarcal imperante. La caracterización de las sociedades humanas africanas, las diferencias entre las mujeres y los hombres en sus relaciones de poder, los desequilibrios estructurales que condicionan las reglas sociales de comportamiento, las situaciones de discriminación, entre otros, han sido también temas privilegiados.

Para estos investigadores e investigadoras este es un campo permanente de pertinencia en la búsqueda de una comprensión holística de la cultura, la economía, la política, y la sociedad en general en la región africana. En esos esfuerzos por entender las conformaciones de cada sujeto en ese contexto, se originan nuevas pistas para reflexionar la cuestión de género en África desde dimensiones como la comunicativa-simbólica.

El **CODESRIA** **Poner su nombre completo, decir qué es** dedicó la sesión anual del 2005 a la masculinidad en términos de lo que los esquemas de pensamiento social suponen sobre el comportamiento de los hombres en África, los modos de practicar en las diferentes esferas los roles de género.

Esto se interrelaciona con la cada vez mayor persistencia de los conflictos armados y el incremento de la violencia urbana. Incluso algunas investigaciones apuntan a la incidencia de la penetración de los patrones de Occidente y las consecuencias de las crisis económicas y del ajuste estructural en los actuales los roles de género.

Otras líneas de investigación apuntan a la socialización de varones y mujeres, en el seno de la comunidad y a los valores de género que se otorgan mediante ritos de iniciación formales e informales que tienen gran peso en la cultura.

La crítica de las feministas africanas ha alimentado la discusión y el debate acerca de lo masculino-femenino desde ópticas de integración que permiten incrementar los conocimientos sobre la materia.

La crítica feminista, no obstante, tiene ciertas limitaciones pues algunas de las constataciones en el debate de género en curso están ligadas a argumentos relativos, de validez cuestionable en el contexto africano. En ocasiones aún los puntos de vistas occidentales predominan en la visión de las masculinidades y las femineidades y algunas propuestas transformadoras están fundadas sobre las visiones de los países desarrollados.

2.3 GÉNERO EN GUINEA Y LA SITUACIÓN DE LA MUJER.

Por la centralidad de este aspecto para valorar los resultados de nuestra investigación realizaremos una aproximación al tema desde tres niveles: la legislación existente, la situación y condición real de las mujeres y hombres en Guinea a partir de la valoración del Comité para la Erradicación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW) que analizó en el 2001 la situación del país y las opiniones de expertos y expertas consultados especialmente para la investigación.

En el marco legislativo en Guinea en el preámbulo a la Constitución se explicita que inspirada en la Declaración Universal de Derechos Humanos se proclama la igualdad de hombres y mujeres ante la ley, y que las mujeres están facultadas para presentar denuncias de discriminación por razón del sexo ante los tribunales civiles, penales y administrativos, así como ante la Corte Suprema.

La Constitución garantiza también el derecho al trabajo, y dispone que el Estado debe establecer las condiciones necesarias para ejercer este derecho. Una ordenanza dispone asimismo la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor, sin distinciones de origen, sexo o edad.

De igual manera se creó mediante decreto N° D/92/225/PRG/SGG de 3 de septiembre de 1992, la Secretaria de Estado de los Asuntos Sociales, a la Promoción Femenina y a la Infancia (SEASPFE). En 1994 se le otorga rango de ministerio mediante el decreto N°94/116/PRG/SGG de 3 de noviembre de 1994, y se crea el Ministerio de Promoción Femenina e Infancia (MPFE). En 1996, el MPFE se convierte en Ministerio de Asuntos Sociales de la Promoción Femenina e Infancia cuyas atribuciones y organización se definen mediante decreto N°97/080/PRG/SGG de 5 de mayo. Así entre 92 y 2002, el estatuto y las funciones del mecanismo gubernamental encargado de la promoción de las mujeres ganaron en institucionalización.

Sin embargo, más allá de la letra y el espíritu de esta legislación la realidad continúa siendo discriminatoria hacia las mujeres. En el propio código el marido es considerado como el jefe de la familia y decide la ubicación del domicilio familiar; el nacimiento de un hijo tiene que ser declarado por el padre, cuando no por los doctores o enfermeros o las personas presentes en el parto, pero nunca por la madre; los hijos están bajo la guarda del padre a partir de los 7 años de edad, a menos que hubiese un acuerdo especial entre las partes.

Las viudas sin hijos son objeto de discriminación, y se da preferencia al tío de un niño con respecto a la madre si el padre está incapacitado o no puede ejercer su autoridad paterna. Los subsidios familiares se pagan a los varones jefes de familia.

La mujer campesina, que constituye la mayoría de la población femenina del país no puede heredar y recibir en propiedad tierras y bienes.

En el párrafo 22 de las recomendaciones que el CEDAW hace al gobierno guineano se señalan además la prevalencia de determinadas costumbres a pesar de supuestas políticas que las prohíben: “El Comité observa con preocupación que, a pesar de las disposiciones legales, usos tales como la mutilación genital femenina, la poligamia y los matrimonios forzosos, inclusive el levirato²⁵ y el sororato²⁶, y la discriminación en la custodia de los niños y la herencia, gozan de una amplia aceptación social y no son castigados. También expresa preocupación por las disposiciones de derecho de familia incluidas en el Código Civil que discriminan contra la mujer y consolidan prácticas sociales discriminatorias. También preocupa al Comité el hecho de que el Gobierno se apoye en usos y costumbres sociales para justificar la no aplicación del Código Civil.”

²⁵ Institución de la ley de Moisés que obliga al hermano del que murió sin hijos a casarse con la viuda.

Como vemos la legislación no sólo es contradictoria en cuanto a la potenciación de la igualdad de derechos de las mujeres, sino que se ignora o no se castiga el incumplimiento de algunas leyes que protegen a las mujeres apelando a la tradición y la costumbre.

Por otro lado, como se planteó anteriormente en el inicio del capítulo cuando hablábamos de las causas de la desigualdad social entre los sexos en África, igualmente, no se puede desconocer en el caso de Guinea, la dramática situación económica que lo sitúa entre los países más pobres del mundo. Las mujeres son las más pobres entre los pobres y las estadísticas señalan que entre el 85²⁷ por ciento son analfabetas. En el caso de los hombres este índice es también alto, pero inferior al de las mujeres: 62 por ciento.

El analfabetismo las condena al ostracismo y disminuye sus potencialidades y sus posibilidades de desenvolvimiento en la vida de la nación en el sentido del progreso y el desarrollo.

Según lo planteado en el reporte del Ministerio de los Asuntos Sociales a la Promoción Femenina y a la Infancia en Guinea²⁸ el analfabetismo se considera con mucha razón como uno de los verdaderos obstáculos a la promoción de las mujeres. Las acciones realizadas en este ámbito chocan contra la persistencia de los estereotipos discriminatorios sexistas, de la existencia de las disparidades en la valoración de la importancia de niñas y niños en el hogar, de la pobreza de los padres, de la insuficiencia de las infraestructuras escolares y de profesores, de la insuficiencia de los recursos entre otros.

Otros datos estadísticos arrojan la situación de las mujeres en Guinea: la mortalidad materna es 1.600 por cada 100.000 alumbramientos, la esperanza de

²⁶ Al casarse el varón adquiere el derecho de casarse con las demás hermanas menores de la novia.

²⁷ Observaciones finales del Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer: Guinea. 31/07/2001. A/56/38, paras.97-144. (Concluding Observations/Comments)

vida en el país es de sólo 55 años, 54,8 para los hombres y 55,8 para las mujeres.

Sin embargo, aunque minoritaria no debe desconocerse, sino al contrario, ponderarse la presencia de algunas mujeres en la vida pública y en puesto de toma de decisiones, a pesar de los obstáculos legales y culturales que han enfrentado para ello. Por su origen clasista han podido acceder a la educación no sólo en Guinea, sino también en universidades europeas.

En importantes cargos de toma de decisiones podemos señalar que de 114 parlamentarios 22 son mujeres, de 32 ministros, 5 son mujeres y de 22 embajadores, 2 son mujeres. Esta presencia, sin embargo, no se valora en su justa dimensión desde el discurso oficial pues no se asocia a componentes de clase, étnicos y de situación económica, y se esgrime con frecuencia como exponente, por excelencia, de la igualdad de la mujer en Guinea.

Es una táctica del pensamiento patriarcal para sumarse al discurso considerado políticamente correcto, como ya vimos que sucede en la constitución, aunque la realidad lo niega. La exministra Darabá Sarán en sus declaraciones abunda sobre este particular como veremos más adelante.

Nos detendremos en algunas opiniones de altos funcionarios/as y expertos/as a partir de las entrevistas realizadas para esta investigación. No existe en Guinea un Centro de Investigaciones de Género, ni siquiera en el Ministerio. En la revisión de las investigaciones realizadas en la Universidad Nacional Abdul

Nazer Gamal solo encontramos 5 tesis²⁹ que utilizaban la categoría género, pero fundamentalmente asociadas al desarrollo económico.

Para las personas entrevistadas las creencias compartidas sobre el género y, sobre lo que es ser hombre o mujer, tiene sus particularidades en el país.

Según el director de la televisión nacional, Yamoussa Sidibé “hablar de Guinea como un país machista es un poco llegar al extremo. Sin embargo, sí existe el peso de la tradición que hace que las mujeres se sientan en un segundo nivel. Se tratan como mercancía, se paga una dote para el matrimonio, y su deber es parir muchos niños y trabajar mucho por que cuesta mantener la familia. En tales situaciones podemos hablar de discriminación de sexo. Pero en mi opinión creo que hemos evolucionado poco, pero sí hay cambios y eso es lo más importante. Hay muchas más mujeres profesionales, el por ciento de jovencitas escolarizadas aumentó, el estado plantea una serie de proyectos o políticas en función de la promoción femenina. Para mí personalmente no constituye un problema pues considero a la mujer como un ser humano al igual que yo.”

Sin embargo, la ex Ministra de la Promoción Femenina y la Presidenta de las COFEG³⁰ Darabá Sarán opina que la preservación de esta ideología y de las tradiciones denota que el problema se centra en la preservación de los intereses patriarcales y que se intenta desconocer las verdaderas posibilidades de las mujeres justificando que no existen con la preparación suficiente o esgrimiendo la maternidad como un impedimento para incorporarse a la vida pública.

“Para mí el género es un fenómeno que parte desde lo biológico y es reconstruido desde la sociedad como roles o actividades que se le asigna a

29

30

las personas. Por lo tanto, para mí hay que olvidarse de la tradición y empezar a cambiar. En un primer momento el código civil guineano que solo plantea que la mujer debe obedecer al marido absolutamente, y que el matrimonio se logra con la sumisión. Urge liberar a la esposa de ser la responsable de la estabilidad matrimonial y familiar. En realidad todas las políticas y convenciones firmadas para la promoción de la mujer siguen sin una verdadera aplicación concreta.”

El director de la Radio Nacional Guineana, Tarhatou Djallo, opina que “el problema de lo femenino y masculino es muy tomado en cuenta en nuestro país. La teoría de género es una doctrina que denuncia en las tribunas internacionales el rol social asignado a la mujer a lo largo de toda la evolución de la humanidad y su marginación. Lo cual en mi concepción le toca a cada país organizarse desde sus realidades, particularidades, cultura y también la realidad física. Yo hablare de la problemática de género pero no de la doctrina. El género en nuestro país no es un fenómeno nuevo. En nuestra sociedad tradicional las mujeres siempre tuvieron un papel y de acuerdo con ello representaban el equilibrio de su comunidad y familia. En la cultura guineana la mujer siempre estuvo presente y sigue estando. Ahora a nivel estatal Guinea firmó la Convención de Beijín, el CEDAW. Aunque las reivindicaciones siguen no se puede ignorar que actualmente hay mujeres directoras, empresarias, ministras.”

Sin embargo, las más de cuarenta ONGs³¹ femeninas que trabajan en el país a favor de las mujeres y la igualdad de género reivindican que hay que laborar a la par en el marco jurídico, en el aspecto de las tradiciones y la cultura y su representación simbólica y en el empoderamiento económico, educacional y de salud de las mujeres.

Consideramos necesario referirnos a la centralidad de la mujer en la sociedad guineana a la que alude Tarhatou DIALLO, y que veremos más adelante, en el capítulo de los resultados, que otras personas también refieren.

En la comunidad tradicional de las culturas que hoy integran Guinea existía una división sexual del trabajo, donde a cada sexo le correspondían actividades específicas. A la mujer le tocaba una parte fundamental en la reproducción de la especie y era asimismo la encargada de la reproducción social, ya que su función principal era la de proveer la alimentación de la familia, lo que implicaba ocuparse de los alimentos, desde su siembra hasta su elaboración final.

O sea era la fertilidad la que determinaba en gran medida el lugar de la mujer dentro de la sociedad, ya que tenía significaciones socio-culturales, religiosas y económicas fundamentales: En primer lugar, permitía la continuidad del linaje; por otro lado, era la base para la movilización familiar de fuerza de trabajo y el acceso a tierras (ya que éstas se repartían en virtud de la capacidad de trabajo disponible); y, por último, los hijos representaban una red de apoyo para sus padres, tanto en el presente como para el futuro.

Pero esta centralidad no significaba control de los recursos, propiedad de la tierra, era una organización social muy ligada a lo biológico que se esgrimía como pretexto para la estructura patriarcal que las consideraba indefensas, necesitadas de protección y representación por un varón lo cual a su vez justificaba acciones como el levirato y el sororato.

Varios siglos después se sigue aduciendo que la mujer es muy considerada en la sociedad guineana como parte del equilibrio familiar y comunal pero realmente es asociada a la misma condición de procreadora de varios siglos atrás.

El papel subordinado de las mujeres se sostiene entonces desde el imaginario colectivo aunque la realidad evidencia grietas y fisuras ante estas interpretaciones.

De ahí que entre las recomendaciones que el CEDAW hizo al Gobierno de Guinea en el año 2001 figura “que desarrolle un plan de acción, con inclusión de una campaña de información de la opinión pública, dirigida tanto a los hombres como a las mujeres, con el apoyo de la sociedad civil y los interlocutores sociales, de suerte que se eliminen el desajuste entre el ordenamiento jurídico y los usos y costumbres sociales, especialmente en lo que respecta al derecho de familia... El Comité pide al Gobierno que facilite a la mujer el conocimiento de sus derechos y explore y aplique métodos innovadores para llegar a las mujeres analfabetas.”

O sea, se propone el uso de los medios de comunicación y de otras vías como parte del plan para potenciar la igualdad de derechos, oportunidades y posibilidades de las mujeres por su papel en construcción de la conciencia social, de las representaciones sociales y el imaginario colectivo.

Precisamente nos detendremos en los medios de comunicación en Guinea desde la perspectiva de Género.

Aunque no existe un antecedente a este tema en las investigaciones con enfoque de género realizadas en Guinea tomamos como referente *Situación del rol de las mujeres en los medios de África Occidental*,³² realizado por el Instituto Panos que se profundiza en otros países francófonos como Malí, Senegal y Burkina Faso y que como se verá en el capítulo de los resultados guarda

³² Institut Panos, *Situation, place et rôle des femmes dans les médias en Afrique de l'Ouest*, 1999.

muchos puntos de contacto con la situación en la televisión guineana. El estudio apunta que:

“En televisión, las mujeres que trabajan en las estaciones públicas y en las escasas estaciones privadas, tienden a realizar tareas donde se espera, de manera implícita o explícita, que utilicen sus encantos para satisfacer a los televidentes. Los canales que emplean mujeres sólo por su belleza física asumen que el tiempo y la práctica harán el resto.

Sólo unos pocos casos de mujeres se destacan del resto. Ellas entran al círculo cerrado de los que toman decisiones y, por ejemplo, a los noticieros políticos y económicos tradicionalmente dominados por los hombres. Las mujeres que lideran programas de debate político son escasas. En esta situación resultan doblemente vulnerables para los televidentes que exigen mucho de ellas, y poco simpáticas para sus interlocutores — casi todos exclusivamente hombres — que en su mayoría las detestan. El más mínimo error o actuación inadecuada, o el más mínimo éxito siempre se relaciona a su condición de mujer. Los comentarios que más se escuchan son los siguientes *"es mujer, por eso es incompetente"* o *"como es mujer, usó de sus encantos para lograr su éxito periodístico"*.

En el caso de Guinea el número de mujeres en este sector conoció una evolución pasando de 2 en 1993 a 76 en 2004.³³ . Sobre el personal global de 300 trabajadores de la RTG por ejemplo, 46 son mujeres y desde febrero de 2004, por primera vez la Ministra de Información es una mujer.

La RTG³⁴ cuenta en general con 300 trabajadores, la estructura esta conformada por:

³³

³⁴ Lo siguientes datos son una aproximación a la realidad por el hecho de que no aparecen en un documento oficial por la ausencias de archivos. Se obtuvieron por declaración de los jefes de Departamento.

1. Director de la TV nacional.

2. División de programación

- sección cultural
- sección producción
- sección programación
- sección deportes.

3. división técnica :

- Estudio
- Técnica exterior
- Emisión ,transmisión
- Mantenimientos

4. La división de información, en la que centraremos nuestra investigación, es decir el caso de estudio, esta compuesta por un total de 120 trabajadores en las tres divisiones. En cuanto al la división técnica solo tomamos en cuenta los de emisión, transmisión y los de edición, en la programación consideramos a los productores del Journal TV y los realizadores.

Departamentos	Mujeres	Hombres	Total de los trabajadores
La redacción periodistas y presentadoras	10	38	46

Técnicos	4	42	44
Programación	5	25	30

A pesar de este aumento, el porcentaje total de las Mujeres en los medios de comunicación sigue siendo escaso y en gran parte, la capacidad de elaborar las políticas de información y de decidir el contenido y la forma de los mensajes permanece en manos de los hombres. Las mujeres son confinadas a puestos subalternos, y en especial en el caso de la televisión trabajan como presentadoras a partir de sus condiciones físicas.

Desde la experiencia de la investigadora, entre los factores que constituyen una de las barreras más importante en cuanto a la promoción de la mujer es la falta de cuadro profesionales de la comunicación capaces de entender y concientizar el problema de la desigualdad de género.

3. CAPÍTULO METODOLÓGICO

Ante la realidad de la mujer guineana vivenciada por la autora de esta investigación y el análisis de las recomendaciones de las organizaciones no gubernamentales, de organismos internacionales, de instituciones gubernamentales de afrontar la discriminación de género desde múltiples aristas, surge el tema de este estudio.

La revisión bibliográfica³⁵ muestra las experiencias de otros países en el uso de los medios de comunicación para socializar nuevos paradigmas de lo masculino y lo femenino, pero para ello es necesario usar la perspectiva de género en la elaboración de los mensajes y que los colectivos profesionales estén conscientizados acerca de esta necesidad.

Indudablemente es un logro que existan mujeres periodistas y presentadoras en la televisión guineana, aunque su número pudiera parecer poco, sin embargo la cifra es relativa, si más allá de la cantidad propiamente dicha, se tiene en cuenta, que el 85 por ciento de las mujeres del país son analfabetas.

Pero como refiere Piaget no hay en los seres humanos tres naturalezas que se superponen: la física, la mental y la social, sino todas forman una unidad en la naturaleza humana. Por ello, si bien es cierto que la presencia de mujeres en los medios es un indicador importante, también lo es, lograr que hombres y mujeres asuman su quehacer profesional desde la perspectiva de género para contribuir, precisamente, a potenciar el empoderamiento de las mujeres en la sociedad guineana.

³⁵ Ver ¿Quién figura en las noticias? Proyecto de Monitoreo Global de los Medios 2005. WACC. London 2005

Por ello, entrando en el complejo mundo del emisor nos aproximaremos a *la representación social del género en los profesionales de la comunicación de la estación de televisión y Radio de la República de Guinea.*

Nuestro problema de investigación queda definido con la siguiente pregunta:

3.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuál es la Representación Social acerca del género que tienen los profesionales de la comunicación de la Televisión Guineana?

Para ello nos formulamos las preguntas siguientes:

3.2 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.

¿Cuál es la Representación Social de lo femenino entre los sujetos investigados?

¿Cuál es la Representación Social de lo masculino entre los sujetos investigados?

¿Qué elementos sexistas están presentes en el contexto profesional de los sujetos estudiados?

Para llevar adelante nuestra indagación nos apoyamos en la siguiente premisa:

3.3 PREMISA.

La dominación de la ideología patriarcal sigue siendo decisiva en la sociedad guineana, aunque este proceso no es homogéneo, prevalecen aún los tabúes, prejuicios y discriminaciones de género.

Las religiones, las etnias y las tradiciones son los principales factores que constituyen las fuentes de cualquier construcción social, representaciones, imágenes, ideologías, para la conducta de las personas en su espacio social y profesional. En el caso de Guinea tanto la religión, como las costumbres y las tradiciones resultan discriminatorias hacia las mujeres y potencian lo masculino en la toma de decisiones, y en el control de la vida pública y privada.

Los profesionales de la comunicación de la televisión guineana reproducen a nivel de su subjetividad estas representaciones hegemónicas tradicionales de lo masculino y lo femenino y esto a su vez se presupone y se evidencia en las ideologías profesionales y en las rutinas productivas.

De acuerdo con el problema y la premisa propusimos el objetivo que sigue;

3.4 OBJETIVO GENERAL.

Identificar los principales componentes de la representación social de género que expresan los profesionales de la comunicación del Journal Télévisé de RTG.

A su vez, nos planteamos una serie de objetivos específicos que ayudarían a identificar los componentes de la representación de género que tienen estos sujetos.

3.5 OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- *Describir la representación de lo femenino y lo masculino en los profesionales de la comunicación de la muestra estudiada.*

- *Identificar la presencia de elementos sexistas en el contexto profesional de los sujetos del Journal Televisé.*

3.6 CONCEPTUALIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS DE ANÁLISIS.

Nuestra categoría de análisis principal es la **Representación Social de Género**, como es una categoría que se conforma a partir de dos categorías: **representación social y género**, hemos considerado pertinente estructurar este epígrafe de lo particular a lo general.

3.6 .1 Representación Social.

Como hemos señalado en el marco teórico asumiremos como referente a Denisse Jodelet que enriquece los planteamientos de Moscovici al afirmar que la *representación social es la “...forma de pensamiento social, modalidades de pensamiento práctico, orientadas hacia la comunicación, comprensión y manejo del ambiente social, material o ideal.” (Jodelet en Ibáñez, T., 1988, p: 33)*

El modelo de la representación social intenta salir del solipsismo interior para acercar las condiciones sociales y culturales de la producción de sentido común tomando en cuenta la comunicación social y la pertinencia de los sujetos sociales a ámbitos y grupos particulares. (Jodelet: 2003)

Asumiremos la representación social en tres dimensiones: **la actitud, la información y el campo de representación.**

La actitud expresa la orientación hacia el objeto de representación, es el elemento afectivo y valorativo que hace que esa representación signifique desde el punto de vista emocional para el sujeto, luego, éste se verá implicado en mayor o menor grado, y esta implicación determinará la posición o comportamiento que asuma al respecto.

La información es la dimensión que nos habla de los conocimientos referidos al objeto de representación, de su cantidad y calidad que dependen de varios factores. La información a la que tenga acceso el sujeto, dependerá, en gran medida, de su grupo de pertenencia y la inserción social, lo cual determinará también las prácticas sociales que se asuman respecto a este objeto.

El campo de representación contiene las imágenes sobre el objeto y se refiere a la unidad jerarquizada de los elementos que constituyen la representación, los cuales tienen determinada organización. Este campo se estructura en torno al núcleo figurativo, que representa la parte más sólida, estable y pudiéramos decir rígida de la representación.

Utilizaremos además algunos conceptos que permitirán articular la representación social con el contexto de nuestro caso de estudio y responder al cuerpo de preguntas complementarias que nos han guiado en la investigación.

Contexto profesional

Utilizaremos en nuestro estudio el concepto contexto profesional para referirnos al ambiente en que se desenvuelven los profesionales de Journal Televisé. En

el cual tomaremos en cuenta las ideologías profesionales, las rutinas productivas y otras dinámicas de la redacción.

Ideologías profesionales: paradigmas, practicas profesionales, concepciones del mundo , juicios y valoraciones acerca de las muy diversas problemáticas relacionadas con el sector, incorporadas y en constante evolución que dota a los periodistas de un universo simbólico para interpretar su realidad, y de códigos conductuales para regular sus praxis profesionales (Comellas: 2005).

Rutinas productivas: Costumbres o hábitos adquiridos mediante el aprendizaje y la práctica que actúan entre las condiciones objetivas y el desenvolvimiento de los individuos durante la producción periodística. Estos procesos pueden ser conscientes o inconscientes y juega un rol básico en la construcción de las representaciones acerca de la realidad. Las rutinas productivas permiten la reproducción o perpetuación de determinados valores profesionales, morales o ideológicos. (Comellas: 2005)

3.6.2 GÉNERO.

Aunque existen definiciones de género desde diferentes ciencias sociales asumiremos esta categoría para el análisis a partir de reconocer que “marcadas por su sexuación y por una serie de elementos que van desde la circunstancias económicas, culturales y políticas hasta un desarrollo particular de su vida psíquica las personas ocupan posiciones diferenciadas en el orden cultural y político” (Lamas 2006: 110).

Entender qué es y cómo opera el género nos ayuda a vislumbrar cómo el orden cultural produce percepciones específicas sobre las mujeres y los hombres, percepciones que se erigen en prescripciones sociales con las cuales se intenta normar la convivencia. La normatividad social encasilla a las personas y las

suele poner en contradicción con sus deseos, y a veces incluso con sus talentos y potencialidades.

En nuestro estudio de caso, utilizaremos las siguientes dimensiones:

Rol de género: “Conjunto de expectativas, prescripciones y estándares sobre los comportamientos sociales que se consideran propios de las personas, en función de su sexo biológico, señalando los límites permisibles para cada sexo” (*Bosch, Esperanza; Ferrer, Victoria; Gili, Margarita, 1999*).

Roles tradicionalmente femeninos: Se refiere a aquellas expectativas, prescripciones y patrones sobre las conductas sociales de las mujeres y que la sitúan, tradicionalmente, en determinadas planos de actuación: el espacio doméstico, y las tareas de educación, salud, cuidado de los niños. Este concepto se deriva de las funciones relativas a la maternidad, cuidado y protección de los hijos, así como el mantenimiento del ámbito privado: atender el aspecto familiar y ser el complemento del esposo. La mujer es educada para dar todo y renunciar a todo en pos del otro (Acosta, en Linz, 2005:44).

Roles tradicionalmente masculinos: son expectativas, prescripciones y estándares sobre los comportamientos sociales de los hombres y que lo ubican, tradicionalmente, en determinadas áreas de actuación espacio público, proveedor económico, posiciones de directivo.

Se responsabiliza con la manutención y sostén económico –familiar a partir de actividades desarrolladas en el ámbito público. Ser hombre significa ser para sí. Tiene atributos más valorados en nuestro mundo. (Acosta, en Linz, 2005:44).

Estereotipo de género: constituye un subtipo de los estereotipos sociales. Representan creencias que las personas desarrollan acerca de cuales son y deberían ser los rasgos personales de hombres y mujeres. Se caracterizan por sintetizar la información disponible y ayuda a racionalizar los roles de género.

Pero no se limitan solo a los roles, sino a juicios de valor acerca de lo ético y moral. (Gili, Margarita, 1999)

Los estereotipos de género venden sus 'ideales' como naturales, eternos, inalterables.

Estereotipo de lo femenino (adecuado a la sociedad guineana): caracteriza a las mujeres como emotivas, sensibles y dependientes. Incluye los roles tradicionalmente femeninos. Aquellas mujeres que pretendan ser asertivas y competentes serán con frecuencia calificadas como desarraigadas, no clasificable para el matrimonio y hasta son consideradas “mujeres de mala vida”. Lo que en este contexto significa la exclusión.

Estereotipo de lo masculino: caracteriza a los hombres como autónomos, fuertes, responsables, con el poder en la familia y la sociedad. Incluye además los roles tradicionales de género. Aquellos hombres que pretendan ser emotivos serán calificados como poco masculinos.

3.6.3. REPRESENTACIÓN SOCIAL DE GÉNERO.

Es una manifestación de las representaciones sociales, orientada hacia el cuerpo y sus experiencias, hacia la actuación de los sujetos en tanto individuos sexuados. Según Laurentis, (1991) las representaciones de género constituyen posiciones sociales cargadas de significados diferentes, el hecho de que se sea representado y se represente a sí mismo como hombre o mujer, implica el reconocimiento de la totalidad de los efectos de esos significados.

[Lo masculino y lo femenino constituyen una realidad del sujeto; son el resultado de una construcción cultural que se erige sobre lo legitimado por un sistema de](#)

[creencias, adscripciones y expectativas. Toda cultura diseña y construye su esquema de ser mujer y ser hombre.](#)

En nuestro estudio Detrás de la Pantalla vamos a asumir la Representación Social de Género articulando informaciones, actitudes, y campo representacional haciendo énfasis en las imágenes con respecto al rol genérico y a los estereotipos de género, todo ello asumido en el contexto profesional que conforman la ideología profesional y las rutinas productivas del Journal Televisé.

De esta forma asumiremos la representación social de género de una manera holística que parte de considerar dos corrientes principales: la representación social de género hegemónica tradicional y la representación de género emergente transgresora.

La representación social de género hegemónica tradicional se refiere a la representación que evidencia la consideración de lo masculino como la norma y de lo femenino como subordinado, y que se sustenta en los roles y estereotipos tradicionales de lo masculino y lo femenino.

La representación social de género emergente transgresora se refiere a la representación que evidencia una ruptura con la hegemónica tradicional proponiendo otras formas de relación entre lo masculino y lo femenino.

3.7 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SELECCIÓN DE CASO.

La investigación es cualitativa-etnometodológica; se orienta el estudio a determinar la representación social de género que tienen los trabajadores del Journal Televisé en el contexto de sus relaciones profesionales.

La etnometodología estudia los fenómenos que son socialmente construidos y que luego se incorporan en nuestros discursos cotidianos, mediando nuestros comportamientos como seres humanos para entonces permitirnos organizarnos en diferentes grupos socialmente elaborados. Todo ello hace que sea de gran utilidad en el caso de una investigación de representación social.

Es un estudio de caso único, inclusivo, descriptivo, se centra en determinar los comportamientos de género (socialmente construidos) en un grupo de profesionales de la comunicación.

Se escogió los profesionales de la comunicación de Journal Télévisé por la importancia que reviste este programa de noticias en Guinea ya que según las estadísticas que provienen del documento "El reporte nacional del ministerio de información del 2004" le confiere una audiencia de aproximadamente más del 65% de la población.

Se transmite en el idioma oficial del país y en algunos dialectos principales, además tiene un alcance nacional y se considera de gran influencia política.

Entendemos por profesionales de la comunicación a los periodistas, los técnicos, y los camarógrafos. Asimismo, en la investigación nos interesa la opinión de los directivos del canal y de otros expertos en las temáticas de género y medio de comunicación, como algunas personas o representante de organización no gubernamentales en cuanto a la lucha por el derecho humano y feministas.

La selección se realizó de forma intencional, se escogieron 120 de un total de 300 trabajadores. Se incluyeron todas las categorías ocupacionales técnicos, periodistas, camarógrafos. Todas las mujeres que son 10 están incluidas en la muestra.

Fueron entrevistados además los directivos de la producción, (edición, emisión, programación, jefe del servicio técnico, jefe de redacción y el jefe de la sección cámara), así como el Director General, Director de la Radio y Director de la Televisión y la Directora de Idiomas Nacionales.

En la selección se tuvo en cuenta a los profesionales y expertos vinculados al tema y a la institución que fueron presentadores, periodistas y que ahora trabajan en el Ministerio de Información en los departamentos que se encargan de lo que concierne a los medios de comunicación en el país

3.8 MÉTODOS Y TÉCNICAS

Nos serviremos de métodos y técnicas cualitativas para nuestra investigación como por ejemplo, la entrevista en profundidad, la observación participante, la investigación bibliográfica-documental, las técnicas proyectivas o de completamiento de frases y los grupos focales. Estas técnicas permitirán caracterizar desde las imágenes físicas y las fuentes de procedencia hasta las actitudes de representaciones en relación con el tema de género.

La investigación bibliográfica y documental se utiliza para la elaboración de los fundamentos teóricos, para el seguimiento de la metodología y el análisis de los resultados. Como se ha señalado si bien existe bibliografía sobre los aspectos más generales no hay antecedentes de publicaciones o investigaciones sobre el tema de este trabajo de diploma.

La observación participante tiene como propósito principal en esta investigación el logro de un conocimiento del contexto profesional a través de las rutinas productivas e ideologías profesionales pues son elementos que permiten describir la representación social de género en el espacio del Journal Televisé.

En el caso de esta investigación vivenciar las rutinas productivas, las normas no escritas pero vigentes, participar en las dinámicas profesionales brindaron elementos de gran utilidad para identificar elementos de las representaciones sociales de género.

La entrevista en profundidad se utilizó con los directivos y expertos y expertas sobre todo porque al no existir antecedentes, ni bibliografía sobre el tema estudiado en Guinea hubo necesidad de recurrir a estas entrevistas para recabar información.

La técnica proyectiva de completamiento de frase permite al encuestado expresarse simbólicamente sobre un tema lo cual es necesario para estudiar la representación social pues sus dimensiones remiten al plano de lo simbólico.

En el caso de esta investigación resultó de gran utilidad no solo las respuestas, sino también las preguntas no respondidas y resultó un indicador el alto número de rechazos recibidos al solicitar la participación en la investigación.

El grupo focal es un instrumento que nos permite indagar en forma más precisa sobre creencias, actitudes, esto también te permite evaluar y describir los elementos constitutivos de la representación social actual que existe sobre tu objeto de estudio. A partir de allí simultáneamente, a través de los informantes claves se intentará rastrear aquellos elementos fundacionales que dieron origen a las representaciones actuales.

En el caso de este estudio evidencia además las relaciones de género, pues permitió observar las relaciones intergénero en el grupo. Lo cual permite un rastreo de los elementos fundamentales que dan origen a la representación social de género actual existente.

4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.

El sujeto no existe previamente a las operaciones de la estructura social sino que es reproducido por la representación simbólica dentro de formaciones sociales determinadas, señala Marta Lamas (2006: 99) y nos afiliamos a este presupuesto teórico para presentar los resultados de la investigación desde una visión holística e integradora de la representación social de género.

Como la misma autora mexicana señala: “los hombres y las mujeres hablan marcados por una cultura, una clase social, una pertenencia étnica o racial, por ciertas sexualidades o cierta sexualidad o determinada religión...” (Lamas, 2006: 99).

La indagación en la subjetividad de los comunicadores y comunicadoras que esta investigación realiza se detiene en un aspecto poco explorado en los estudios de comunicación, y que sin embargo, resulta central, sobre todo si asumimos los paradigmas comunicacionales que conciben estos procesos en su dimensión cultural.

Tal vez, un elemento que constituyó un escollo y paradójicamente una fortaleza para nuestra investigación es que no existen antecedentes anteriores de indagaciones de este tipo de estudio en la Radio Televisión Guineana en General y en el *Journal Télévisé* en particular.

Por lo que, por una parte, encontramos desconocimiento, resquemores, resistencias, incluso desvalorizaciones respecto al tema, pero por otra parte, la misma investigación se constituyó en un espacio de sensibilización e información sobre el tema de género dentro de los comunicadores y comunicadoras del canal.

Indagar en el emisor, particularmente en las informaciones, las imágenes y las actitudes acerca de lo femenino y lo masculino articulado a la cultura profesional nos permite hacer una descripción de los elementos principales de la representación de género del caso estudiado lo cual, a su vez, puede resultar de utilidad a la hora de implementar políticas al interior del noticiero estelar de la televisión guineana para lograr unas relaciones más equitativas entre hombres y mujeres.

La observación participante permitió a la autora de esta investigación comprender a partir de lo vivencial la situación y condición de las mujeres y los hombres en el noticiero, las posiciones y relaciones entre ellos y sobre todo constatar que tanto en el entorno laboral, en los valores noticias, en lo considerado ético y moral profesionalmente hablando existen representaciones dicotómicas y mutuamente excluyentes de lo femenino y lo masculino, y que coexisten los viejos paradigmas junto a formas emergentes más trasgresoras.

Mi propio recibimiento con escepticismo y subvalorando el tema de la investigación fue la primera evidencia de que iba a sumergirme en un campo complejo, muy cuestionado por los hombres que son mayoría entre el personal, y que solo algunas mujeres se atrevían a abordar abiertamente.

A los pocos días de llegar a la redacción ya yo tenía un sobrenombre puesto por los trabajadores: *La mujer que quiere ser hombre*. Ello es exponente de la conceptualización que existe de la igualdad de género, entendido como ser iguales a los hombres y no como igualdad de derechos, posibilidades y oportunidades. El viejo mito antifeminista de mujeres hombrunas aflora como burla y resquemor y como estrategia para desvalorizar la legitimidad del estudio.

Aunque incluiré durante todo el análisis de los resultados fragmentos de mi diario de observación participante me parecía oportuno presentar estos elementos como punto de partida.

Igualmente significativo resultó que de más de 100 cuestionarios solo 48 personas respondieron y algunas de las preguntas fueron dejadas en blanco y no respondidas.

En el caso de las convocatorias de los grupos de discusión que estaban concebidos en 4 grupos, solo se pudo realizar 2 pues los camarógrafos y los técnicos se negaron a asistir aduciendo que no sabían del tema.

Percibí cierta resistencia a abordar el tema sobre todo en los hombres. En el caso particular de los directivos, aunque conté con su apoyo para realizar el trabajo sobre el terreno durante casi tres meses, consideraban que este no era un tema trascendente. Ben Barri, Redactor Jefe, expresó al respecto “la igualdad no se decreta, es algo que se merece. Mucho de la discriminación es por problemas biológicos.”

4.1 REPRESENTACIÓN DE LO MASCULINO

ELLOS SE MIRAN A SÍ MISMOS

Los conceptos *responsabilidad, poder, padre de familia, valiente, inteligencia, honesto y trabajador* fueron las unidades de sentido que más utilizaron los hombres para autocalificarse. Es significativo que son estos los conceptos que se asocian tradicionalmente a la masculinidad hegemónica.

Levant (en Quiñónez, 2003: 50) desde una visión crítica sistematiza una serie de características y normas tradicionales masculinas como son “trabajador, buen proveedor, fuertes, valientes, callados, que no expresa ternura ni vulnerabilidad en sus emociones que evita cualquier cosa que parezca femenina, que llega a

ser un buen solucionador de problemas que enfatiza el valor del pensamiento lógico, que asuma riesgos, que mantenga la calma en momentos de peligro y que sea agresivo y asertivo...” Como se evidencia, hay una concordancia con ese sujeto varón tradicional del que se habla, y el que aparece en el caso estudiado.

Igualmente, resultó significativo el uso del concepto *sexo fuerte* en varios individuos para calificar lo masculino. Pues este es un término que por lo menos en occidente ya no se sustenta públicamente. Pues aunque de manera general la masculinidad hegemónica y estereotipada sigue pensando de esta manera, a nivel del discurso, se considera ya incorrecto socialmente plantear que el sexo masculino es el sexo fuerte. Lo “políticamente correcto” disfraza las formas en que se formula la superioridad masculina.

En opinión de la investigadora el uso del concepto *sexo fuerte* evidencia lo estructurada que está la representación de lo masculino desde los estereotipos más conservadores y tradicionales. Podemos señalar que el núcleo de la representación está conformado con esta certeza de superioridad.

Ello lo confirma uno de los entrevistados el jefe de edición, según el cual los hombres son el sexo fuerte porque *todas las grandes realizaciones y descubrimientos vinieron de manos de hombres.*

Estas representaciones se hacen explícitas en las reuniones de los Consejos de Dirección. En la participación de la autora en varios de ellos, se constató que ciertas actividades automáticamente ellos se la asignaban a las mujeres: la recogida de dinero para apoyar a algún compañero o compañera, la limpieza de la sala.

Incluso, un día, pidieron a la autora de la investigación limpiar el refrigerador porque debía ser una mujer la que lo hiciera, ante la negativa de mi parte la

respuesta fue *toubabe* lo que quiere decir *la blanca, la occidental*. O sea negar los roles tradicionales significa no ser guineana. La pertenencia al grupo y por extensión a la nación se vincula de manera directa a la tradición como sinónimo de identidad nacional. La tradición se presenta como algo natural y no como un resultado de la cultura en un momento histórico determinado.

La representación social funciona aquí como un filtro que separa lo que no se corresponde con la creencia del grupo. Su función es fortalecer la identidad del grupo tanto a lo interno como frente al exogrupo. Afianzando que lo positivo y correcto es lo que propone el colectivo de profesionales de la comunicación masculinos.

Recordemos que la formación de las representaciones sociales se sustenta en dos pilares: la objetivación y el anclaje. La objetivación es la manera en que lo social se transforma en conocimiento y representaciones, y el anclaje es como la representación transforma lo social, son procesos interdependientes y complejos entre los fenómenos psicológicos y las condiciones sociales.

En los individuos del caso estudiado las relaciones entre objetivación y anclaje en el caso de la representación de lo masculino se sustenta fundamentalmente en lo social desde dos fuentes: la tradición y la religión.

Cuando se les pregunta acerca de por qué definen la masculinidad con estos conceptos anteriormente señalados las explicaciones más recurrentes fueron: *para dominar, así lo quiso Dios, Voluntad Divina, Dios lo hizo para perpetuar la especie, es responsable de la familia.*

En la sociedad guineana la religiosidad y en especial la preeminencia del islamismo tiene aún gran peso en la conformación de la masculinidad como se evidencia en las declaraciones ya señaladas. Un elemento que resultó particularmente interesante en este sentido fue que uno de los sujetos en la

casilla correspondiente a su profesión agregó *padre de familia con dos esposas y once hijos*.

Nos detenemos en este caso pues aunque la poligamia desde la ley civil está prohibida desde 1960, no lo es así desde la práctica religiosa, el reconocimiento de su poligamia en una entrevista, aunque fuera anónima, es una forma de reafirmar su compromiso religioso.

Otros hombres también se refirieron al número de hijos aunque no se preguntaba, y en general la frase *padre de familia, responsable de la familia* apareció con frecuencia asociada a las preguntas que se referían a la definición de ser hombre y a los por qué de esa definición.

Ello evidencia otro rasgo de la representación de la masculinidad en este grupo y es su autovaloración como proveedor y conductor de la familia. Sin embargo, la responsabilidad de la familia es un mandato que hay que verlo en una dimensión dual, porque si bien implica los privilegios del ejercicio del poder y la toma de decisiones, igualmente los niveles de exigencia y autoexigencia son grandes, sobre todo en una sociedad con graves problemas económicos. Mantener la familia a toda costa es un mandato cultural que significa en muchos casos un gran sacrificio.

Significativamente ninguna mujer reflejó en la planilla de la entrevista el número de hijos, pero sobre ello volveremos a la hora de analizar las relaciones hombre y mujer y la representación social de género.

Cuando la pregunta se centró no ya en la masculinidad en general, sino en las características de un hombre profesional de la comunicación para articularlo a las ideologías profesionales los conceptos manejados fueron: *inteligente, culto, valiente, dinámico, rápido, puntual, siempre disponible*.

En sus preferencias como compañero de trabajo señalaron que prefieren un hombre y ello se corroboró en la observación participante pues los hombres tienen sus propios grupos solo para hombres en los cuales no se incorporan las mujeres. Con lo que la fraternidad entre ellos como iguales y pares es muy significativa.

Desde el punto de vista de las rutinas productivas se comprobó igualmente que son los hombres los que cubren las informaciones más importantes. En el grupo de discusión una de las reporteras señaló que una de sus grandes insatisfacciones es que hay reportajes para hombres y para mujeres. A ellas les toca cubrir el 8 de marzo, día Internacional de la Mujer, o 27 de Agosto, día de la mujer guineana. Ellos lo justifican alegando que lo hacen para protegerlas.

La mayor parte de los puestos de toma de decisiones: Jefe de redacción, Jefe asistente, Director del Noticiero, Jefe de los camarógrafos y Jefe del equipo Técnico están ocupados por hombres.

O sea que desde la ideología profesional y las rutinas productivas se reduda en consolidar la representación de que lo masculino es lo dotado para tomar decisiones, guiar, y conducir.

Para los encuestados masculinos *los hombres deber ser responsables, poderosos, fuertes, valientes e inteligentes*. Según ellos esas cualidades responden a las responsabilidades que el sexo viril debe cumplir en el seno de la sociedad.

ELLAS LOS VEN A ELLOS.

Las mujeres asumieron una postura de autosumisión y lo más interesante es que coincidieron plenamente en resaltar que un hombre debe ser ante todo

responsable. Este punto las acerca a la propia visión que tienen los individuos del sexo masculino sobre ellos mismos.

Las mujeres en su mayoría piensan a los hombres *como responsables, como seres poderosos*. Un buen número de las encuestadas coincidieron en estas respuestas: *Responsabilidad social, profesionalismo, enfrentar todos los problemas de la vida, coraje y franqueza* fueron las frases utilizadas para definir la masculinidad.

Cuando se indaga en el por qué de estas definiciones las expresiones más utilizadas fueron *sobre él pesa el fardo, para dirigir a la familia, los valientes ganan y padre de familia*. La responsabilidad familiar asignada y asumida que tiene el hombre como proveedor y representante de todos los integrantes de la familia (recuérdese que el Código Civil considera al marido como el jefe de las relaciones laborales).

En las entrevistas se enfatizó en la religión que ubica al hombre en el centro del universo social guineano. Una de las frases utilizadas denota la fuerza también de los preceptos religiosos como fuente de representación, *el hombre es la primera criatura divina*.

Se constata que tanto los conocimientos, como las actitudes y el campo de representación parten de un núcleo central que es la superioridad masculina y su capacidad para dirigir.

Ello se articula a su vez en las relaciones profesionales, tanto en las rutinas como en las ideologías. Pues predominó entre las mujeres la idea de lo masculino como eje rector de la profesionalización seria. Más de la mitad de las mujeres preferían en sus relaciones de trabajo compartir con hombres por la cuestión de *la responsabilidad*.

Entre las características profesionales que las mujeres destacan de sus compañeros hombres esta *ser elocuente, tener un espíritu abierto, emprendedor, agresivo, hacer reportajes, grandes emisiones.*

Se constata que mediante el proceso de simbolización se ha extrapolado al ámbito social y político los roles tradicionales que se asumen en la vida doméstica. La incorporación de la mujer al espacio público no ha significado un cambio real en la concepción de lo femenino sino un nuevo rol ha desempeñar en el mundo diseñado tomando como la norma el mismo paradigma patriarcal androcéntrico.

Como afirma Beltrán (1991) no vemos el mundo tal como es sino como estamos socialmente condicionados a verlo y estos condicionamientos sociales son de diversas índoles y provienen de diferentes fuentes.

La representación social de las mujeres profesionales de la comunicación acerca de lo masculino en general y de lo masculino en el caso de las relaciones profesionales del noticiero se sustentan en las mismas fuentes que la de los hombres: la tradición, la religión y las normas muchas veces no escritas pero que rigen la vida de la redacción como las *noticias para hombres y para mujeres.*

Mariana Dubrekâ, directora en los idiomas nacionales del Journal Parle, consideró que *Guinea vive en un patriarcado que se ve favorecido por las costumbres y la historia de un país que siempre ha puesto al hombre por delante de la mujer.*

LO MASCULINO EN EL JOURNAL TELEVISÉ

La representación de lo masculino entre los profesionales de la comunicación del Journal Télévisé independientemente de su sexo está muy estructurada

desde los roles, desde las imágenes, las actitudes y la información y el conocimiento de lo que es ser hombre.

Del total de trabajadores del Journal Télévisé la mayoría es masculina y este espacio todavía se considera masculino y las incursiones de las mujeres están circunscritas a determinados roles, principalmente como presentadoras.

En entrevista al Director de la Televisión Guineana, Yamoussa Sidibé, este afirmó que “hay muchos más hombres que trabajan en la televisión por el peso de la tradición y porque las mujeres acceden muy poco a los estudios universitarios a pesar de las presiones de las ONGs y las políticas públicas.”

Esta declaración da a entender que las mujeres no estudian porque no lo desean, sin embargo, si nos remitimos al contexto vemos que se prioriza al varón en el acceso a los estudios, así y todo de manera insuficiente, recuérdese que el analfabetismo entre los hombres alcanza el 62 por ciento.

Esta priorización está estrechamente relacionada con los roles que ya de adultos le están asignados a las mujeres y a los hombres. Es una selección eminentemente sexista que no depende en muchas ocasiones del deseo o la voluntad de las niñas.

Mariama Dubreca, Directora de Journal Télévisé en los Idiomas Nacionales, una de las tres mujeres directivas de toda la televisión, señalaba que “el problema de género es un problema importante que hay que debatir porque jamás en nuestra sociedad se ha visto una mujer tomar decisiones al mismo nivel que los hombres, pues ellos son favorecidos y todas las leyes las diseñan ellos, por tanto se ven desde sus intereses. Hay que dar a las mujeres y los hombres las mismas oportunidades para estudiar y trabajar. Entre 20 hombres en un departamento de la televisión se puede encontrar 2 mujeres, aquí siempre domina la superioridad masculina.”

La masculinidad tradicional hegemónica en este caso vemos que se sustenta en la tradición, en la legislación y también en la religión. Ello se puso en evidencia en los grupos de discusión.

En los dos grupos de discusión mixtos, los hombres significaban todo el tiempo su papel hegemónico. Uno de ellos llegó a afirmar que el “Islam deja a las mujeres un poquito detrás que el hombre, pero no exactamente en un segundo plano.”

El núcleo de la representación social de lo masculino se estructura en torno a *responsabilidad/superioridad/toma de decisiones*. La fortaleza de este núcleo descansa en que parte de las mismas fuentes tanto en hombres como en mujeres y que las rutinas productivas y las ideologías profesionales de este contexto tributan a la consolidación de esta representación.

Las representaciones sociales justifican, explican y dan cuenta de una realidad social muchas veces conflictiva como en este caso, y a su vez, como se evidencia aquí también, aparecen sustentadas en estereotipos de lo masculino y lo femenino.

4.2 REPRESENTACIÓN DE LO FEMENINO.

4.2.1 ELLAS SE MIRAN A SÍ MISMAS

Las mujeres hablan de sí mismas como *ser madre, sumisas, dulces, sublimes, amables, tolerantes, trabajadoras, responsables*. Estas cualidades las consideran necesarias *para educar a la familia, ser correcta en su lugar de trabajo, para la maternidad*.

Se evidencia que han sido socializadas en base al destino biológico/social de ser madre/esposa. El resto de los roles se construyen a partir de subordinarse a la función femenina considerada fundamental.

Aunque las fuentes de la representación de lo femenino coinciden con la de lo masculino: la tradición, la religión y la legislación, aparece una fuente nueva: el cuerpo.

El cuerpo es un entorno natural, pero está a su vez socialmente constituido, por lo que cuerpo y cultura se implican mutuamente, pues la experiencia humana se erige y constituye desde una omnipresencia del cuerpo (Baz, 1996).

Y como las ideas patriarcales son independientes del sexo de quienes las formulan y detentan, las propias mujeres son las primeras en tasar a las otras a partir de su físico.

En la observación participante la autora de esta investigación pudo vivenciar las rivalidades entre jóvenes y menos jóvenes, y las constantes alusiones al físico y a la belleza.

De hecho, cuatro de las mujeres del Journal Televisé trabajan como presentadoras y esa es considerada una escala superior, incluso cuando llegan a presentadoras, dejan de hacer reportajes periodísticos. Un elemento indispensable para llegar a ser presentadora es que reúna los cánones de belleza física.

Cuando en las entrevistas con técnicas proyectivas se indagó sobre cómo debe ser una mujer periodista las repuestas fueron: *encantadora, culta, valiente, profesional, emprendedora, presentable*.

Nótese como *tener encanto* y *ser presentable* son dos formas de referirse a la belleza. Las características en las que más coincidieron fueron *encanto* y *profesional*.

Cuando se indagó sobre a quién prefieren como colega la mayoría planteó que prefieren a un hombre, tres expresaron que les da igual, ninguna señaló que prefiere a una mujer.

Ello evidencia cómo se produce la relación entre anclaje y objetivación en la representación de lo femenino a partir de lo social (lo masculino como la norma de profesional y de ser humano) y la manera en que desde la subjetividad de las profesionales estudiadas se confirma este proceso (prefieren trabajar con un hombre) de interrelación que caracteriza a la representación social, como señalamos en el marco teórico.

Otro elemento que se puede tener en cuenta en este aspecto de la preferencia hacia colegas masculinos es el apuntado por varias autoras feministas de que las relaciones entre mujeres esta muchas veces condicionada por una rivalidad construida a partir de ser objetos de deseo del otro. De esperar ser escogidas de manera pasiva y no de escoger de manera activa. “La construcción social de la identidad femenina las forma divididas y antagonizadas, provocando sentimientos de rivalidad, competencia y envidia”. (Reconociéndome en la otra, 2004).

Como afirma Jodelet (1986) el proceso de objetivación se produce como una construcción selectiva subordinada a un valor social para servir a las necesidades, valores e intereses del grupo. Este proceso de construcción recurre a la naturalización. Y es lo que se constata en la representación de lo femenino del grupo de mujeres profesionales de la comunicación que forman parte de nuestro caso de estudio: se asocia la representación social de lo femenino construido por la ideología patriarcal como lo natural.

Masire Camara, directora de la sección de programación del canal y presentadora estelar con más de veinte años de experiencia, explica que la televisión promociona a la mujer en distintos niveles, pero no lo suficiente todavía. La propia trayectoria de la actual ministra de información -según Camara- es un ejemplo de la capacidad de las féminas para realizar las más disímiles actividades, lo cual no justifica los prejuicios que subsisten sobre la supuesta responsabilidad disminuida de las mujeres.

Desde la dimensión actitudinal de la representación social sobre lo femenino, resulta interesante destacar como en el grupo de discusión las mujeres hablaron poco y casi siempre instadas por el Redactor Jefe que les pedía que opinaran. A pesar de que los hombres se referían todo el tiempo a ellas, apenas intervinieron. La actitud de esperar por la opinión masculina se mantuvo incluso en este espacio.

Las tres mujeres concordaron en que no se sentían discriminadas. Sin embargo, una apuntó: “La mujer es muy segregada en la redacción pero, hubo una que logró que las mujeres se afirmarán en el trabajo y es que la ministra de comunicaciones actualmente es una mujer. Yo por lo menos no me quejo tanto porque he tenido oportunidad de trabajar en todos los sentidos, lo que yo deploro aquí es que se conservan reportajes para mujeres.”

Esta opinión apunta a uno de los elementos que tipifican la construcción de la representación social, y es que esta inmersa en procesos de cambio y validaciones dialécticas, por lo que hay espacio para no compartir totalmente algún elemento del núcleo de la representación, pero asumirla como tal.

En la redacción se destaca una periodista Aïcha Diallo por transgredir lo culturalmente establecido en este contexto profesional desde las rutinas productivas y las ideologías profesionales para las mujeres. Ella cubre

actividades periodísticas de todo tipo, aunque no de presentadora pues no es considerada bonita. Ella ha realizado la dirección de emisión y otras tareas profesionales que solo realizan los hombres.

Tanto las mujeres como los hombres la perciben como fuera de su grupo. No esta casada, no tiene hijos, es explosiva, estudió en París...Cuando la presentaron en el grupo de discusión recalcaron que ella vivió en una cultura diferente y tiene otros juicios.

Se esgrime una vez más la tradición como un hecho natural, legitimador de lo correcto y lo incorrecto, inamovible como fuente de representación del grupo profesional.

Tal vez no pudiera hablarse en este caso de representación emancipada como señala Moscovici, pues es una sola persona y no un subgrupo, pero sí pudiéramos considerarlo una concepción emergente/transgresora.

4.2.2 ELLOS LAS VEN A ELLAS

Cuando se les pidió a los hombres en la entrevista con técnicas proyectivas que expresaran lo que era para ellos ser mujer los criterios fueron *la sumisión, complemento, procrear, madre, sexo débil, amabilidad, sublime*.

Al indagar por qué les otorgaban estas características alegaron *para ser buena madre, por ser precursoras de la vida, son reglas religiosas, por ser el hombre el jefe de la familia*.

Resultó significativo que varios no respondieron estas preguntas. Declararon que al ser hombres no podían representarse lo femenino.

Lo femenino es considerado ante todo como un complemento pasivo de lo viril. En ningún caso se ponderó la importancia de la integración social femenina en el espectro de la sociedad.

Cuando se les solicitó que expresaran las características que deberán poseer las mujeres periodistas del canal sus colegas masculinos las consideraron *una imagen fresca, culta, encanto físico, presentadora, seria, activa, dinámica*. Solo dos de los treinta y seis refirieron la profesionalidad.

En los hombres la representación de lo femenino esta fuertemente estructurada alrededor del lo biológico, tanto en su función en la vida pública como privada.

En el grupo de discusión uno de los hombres reporteros señaló algo que las mujeres también expresaron pero desde una posición crítica “Hay reportajes que no se permiten a las mujeres como por ejemplo cuando fuimos atacados por los rebeldes. Es para proteger y es normal. Estoy de acuerdo con la igualdad de los sexos, pero esto no quiere decir que no se debe proteger a las mujeres.”

Otro enfatizó “en Guinea hoy me parece que son las mujeres las que plantean mal el problema. Retroceden por sus estadios biológicos. Una mujer cuando pare durante dos años no se puede mover como el hombre, por su condición biológica. Esto puede provocar que no se escojan a las mujeres en ciertas actividades. Si hoy hay un país de la región que puede enorgullecerse somos nosotros. “

Un técnico explicó “más allá de los problemas sociológicos la mujer tiene la dificultad de la continuación biológica y sus problemas familiares.”

Solo tres hombres declararon desear como colega a una mujer. En la observación participante constaté que la mujer camarógrafa salía siempre a cubrir las actividades con un camarógrafo hombre.

Al ser preguntados acerca de la presencia de mujeres en el Journal Televisé expresaron que había sido muy importante pues *la belleza intrínseca femenina adorna la transmisión de las emisiones, y en ese sentido, son imprescindibles en la plantilla profesional, por su nivel movilizador de las audiencias al ser madre, subrepresentadas.*

Se evidencia que los hombres profesionales de la comunicación ven a sus colegas sobre todo como un gancho para capturar las audiencias por su belleza física, y no por las virtudes o defectos desde el punto de vista del ejercicio de la profesión.

Bakaye Diabi, jefe de edición del noticiario, piensa que “las mujeres son ante todo un complemento del hombre, que a pesar de la astucia y la inteligencia que las caracteriza son resultado de la fuerza masculina. Eso es tan evidente que no hay ni que acudir a la ley divina para demostrarlo. Nuestros propios ojos nos prueban que el lugar de las mujeres es junto al hombre, apoyándolo.”

LO FEMENINO EN EL JOURNAL TELEVISÉ

Se trata de una representación construida sobre la base de las miradas que los hombres han erigido sobre sí mismos. Recordemos que los esquemas de pensamiento social con que las mujeres se desenvuelven han sido adquiridos en medio de una sociedad en esencia patriarcal.

Por tanto hay una fuerte estructuración en la representación social de lo femenino en ambos sexos que coinciden en situarla en una posición dicotómica con lo masculino, donde las fronteras de la subordinación son ambiguas pero se explicitan a nivel de las conductas, los roles, los juicios de valor marcados por estereotipos.

Las imágenes de lo femenino están construidas por la supuesta debilidad de la mujer, lo que “justifica” las rutinas productivas que condicionan la designación de la cobertura de los trabajos periodísticos más complejos como *acciones de guerra o noticias a altas horas de la noche o de gran relevancia* al sexo del periodista, más que a su habilidad profesional.

La dimensión actitudinal de la representación de lo femenino en los grupos de profesionales se centró en un enfoque de invalidez a partir del cual se asumen los roles que ellas pueden y deben desempeñar en el ámbito profesional.

Invalidez que achacan tanto a sus condiciones físicas, como a sus responsabilidades frente al hogar guineano (educación de los hijos, atención al marido). Se percibe que a la mujer no le es posible dedicarse plenamente a la profesión periodística como lo hacen los hombres.

En el caso de la representación social de lo femenino su núcleo se configura a partir de lo biológico como expresión de inferioridad y no de diversidad. A sus funciones reproductivas se van a supeditar los roles en la vida privada y en el contexto profesional.

Fana Souma, uno de los más populares presentadores del noticiero afirmó que “es verdad que la cultura engendra discriminaciones, pero a veces estas son necesarias...”

Autoras como Cynthia Cockburn al referirse a la complejidad de los procesos de inserción de las mujeres en los espacios considerados masculinos apunta que hay que tener en cuenta que muchas veces las mujeres tienen que reconfigurar su feminidad para ser aceptadas, o cuando se les concede una promoción, se espera que ella defienda la organización de la jerarquía tal como está, pues fue ésta, la que le confirió un espacio hasta entonces vedado. (en Seidler, 2000).

La representación social de lo femenino en las profesionales de la comunicación se corresponde con el modelo tradicional hegemónico de madre/esposa/subordinada en el mundo privado y profesional/madre/esposa en el mundo público en este caso en el contexto profesional del Journal Televisé.

Aunque se puede hablar de consenso y por ello de representación estructurada de lo femenino en los sujetos estudiados, sin embargo, en tres de las profesionales de la comunicación afloró una tensión, e incluso abierto disenso, en cuanto a las rutinas productivas y el rol que en ellas se les confería y discrepaban de las ideologías profesionales sobre todo en lo referente a los valores noticias que no consideran el tema de las mujeres un tema de primer nivel.

Pero ello no rompe con la representación hegemónica porque para que se produzca el anclaje de este nuevo conocimiento es necesario que sea asimilado por el marco referencial (lo social) que ya se tiene. La disonancia cognitiva no se resuelve hasta que no se logra el proceso de aceptación generalizada de esta nueva información.

Para la ministra de información, Aisstou Bella, “los medios de comunicación no reflejan la problemática de género en toda su complejidad lo cual tiene que ver con la no concientización de la magnitud del problema de la discriminación y el desbalance entre hombres y mujeres. Recurrentemente se muestra en la televisión una imagen de mujer tradicional y no los avances que ha tenido un país. Los medios ignoran el amplio espectro de las mujeres por apostar a un estereotipo construido desde la tradición.”

REPRESENTACIONES SOCIALES DE GÉNERO

La irrupción de las mujeres en espacios públicos como el laboral, el científico, el cultural y el político, tradicionalmente ocupados por hombres, ha sido un proceso en desarrollo que se ha logrado como una conquista que ha producido, y sigue produciendo, fuertes resistencias y oposiciones, tanto en los poderes hegemónicos como en las mismas mujeres.

En este ámbito de transformaciones aparecen involucradas las variables macroeconómicas, las prácticas sociales, situaciones pertenecientes al ámbito de la intimidad y la subjetividad, por ello para nuestro estudio utilizamos la categoría de representación social de género.

La representación social de género expresa producciones mentales colectivas que van más allá de los individuos particulares y que forman parte del acervo cultural de una sociedad acerca de las relaciones entre lo femenino y lo masculino. Los sujetos son determinados de múltiples maneras, en su mente y en su cuerpo, por un orden simbólico relativo a la diferencia sexual traducido en jerarquías sociales.

Pensar lo social más allá de lo aparente, pues ningún sujeto es su propio punto de partida, es la propuesta de la representación social de género. Hasta el momento en el análisis de los resultados de esta investigación nos hemos detenido en la representación social de lo masculino y lo femenino, a partir de ello vamos a identificar la representación social de género en los profesionales de la comunicación del Journal Televisé en el contexto de sus relaciones profesionales.

Como los criterios del endogrupo son los que marcan los límites de pertenencia a ese grupo indagamos en los comunicadores en dos de las preguntas de la entrevista semiestructurada acerca de sus opiniones de la igualdad de género. Las palabras claves en sus respuestas fueron: *competencia, falso debate, una ficción.*

Ello se corresponde con las representaciones sociales de lo femenino y lo masculino que ya hemos identificado. Si lo masculino se concibe como *responsable / dominador* y lo femenino como *madre/subordinada* las relaciones de género son evidentemente de subordinación de lo femenino a lo masculino y la imposición de las normas culturales y los juicios de valor patriarcales. La igualdad de género no es aceptada en el colectivo como se entiende desde la teoría de género que ha servido de marco teórico a esta investigación.

Se ha aceptado la incorporación de las mujeres pues éstas de manera general asumen la misma representación social de género que los hombres. Su representación social esta estructura desde el núcleo que proclama lo *masculino como la norma en lo social y lo profesional*, en su campo de representación y en sus fuentes son coincidentes como hemos visto: la *tradicción, la religión, la legislación, el cuerpo*.

Pregunta # 6	Respuesta	Por ciento / 46 total
Para usted ser hombre es	Ser responsable	72,5%
	Poder	12,5%
	Equivalente a ser humano	7,5%
	Padre de familia	2,5%
	Valiente	2,5%
	Inteligente	2,5%
	Sexo fuerte	2,5 %

En la tabla se observa cómo una mayoría de los sujetos coinciden en asociar el ser responsable con ser hombre, o sea, lo masculino es sinónimo de responsabilidad y seriedad. Los límites de lo femenino profesionalmente hablando están en no transgredir las responsabilidades de madre/esposa. Por

ello no trabajan a determinadas horas, no se les confieren coberturas complejas, ni puestos de toma de decisiones.

En cierto sentido, lo que las mujeres significan se ha dado por hecho y lo que ha sido fijado como referente del término mujer ha sido normalizado, inmovilizado y paralizado en posiciones de subordinación. El significado ha sido mezclado con lo referente, y de ahí, que un conjunto de significados hayan sido tomados como inherentes en la naturaleza real de las mujeres mismas.

Pregunta 7	Respuesta	Por ciento / 46 total
Para usted ser mujer es	Completar al hombre	23,7%
	Ser madre	23,2%
	Sumisas	13,2%
	Ser amable	10,9%
	Sexo débil	7,9%
	Responsable	7,9%
	Enfrentarse a la vida	5,3%

Ya que los valores, actitudes, nociones, comportamientos y estereotipos apuntan al modelo hegemónico tradicional de lo femenino, lo masculino y las relaciones entre ellos podemos calificar la representación social de género de los profesionales de la comunicación del Journal Televisé como hegemónica/tradicional.

Esta representación social de género hegemónica / tradicional justifica, explica y da cuenta de la realidad social y profesional. Los trabajadores de la comunicación del Journal Televisé la expresan no como algo individual, sino como una vivencia y un mandato del grupo. Las fuentes de esta representación social de género hegemónica/tradicional: la tradición, la religión y la legislación evidencian la interdependencia entre representación social, posición y práctica social.

Esta representación expresa la autoproyección del grupo de profesionales de la comunicación del Journal Télévisé, pero también evidencia las relaciones de género en la sociedad guineana, la situación y condición de mujeres y hombres en ese contexto.

CONCLUSIONES.

- La feminidad se construye en los grupos indagados desde conceptos como responsabilidad y sumisión. En adición, la masculinidad se asoció con las ideas de *responsabilidad, poder, padre de familia, valiente, inteligencia, honesto y trabajador*. Lo femenino se ve a través del filtro de lo masculino en este caso, desde un segundo plano. Aunque las fuentes de la representación de lo femenino se subordinan a la de lo masculino, las mujeres mostraron una preocupación puntual por su cuerpo e imagen, el único recurso a mano para escalar hacia el rol de presentadora de noticias, el más anhelado por muchas. Lo femenino es considerado como un complemento pasivo de lo viril.
- El núcleo de la representación de género entre los sujetos de la RTG se articula en torno a la noción de la superioridad masculina, en específico alrededor de la responsabilidad laboral que se supone solo puede ser cumplida por los hombres. La fortaleza de este núcleo se sustenta en fuentes comunes tanto en hombres como en mujeres que parten de las rutinas productivas y las ideologías profesionales del contexto que tributan a la consolidación de esta representación.
- La representación funciona aquí como un filtro que reafirma lo positivo y correcto con énfasis en el comportamiento masculino desde la profesión periodística y las rutinas de trabajo en el canal.
- La preponderancia de lo masculino en los imaginarios de los sujetos se justifica sobre la base del anclaje de la representación en la religión y las tradiciones islámicas.
- En sus preferencias para compartir tareas de trabajo las mujeres señalaron en primer lugar a los hombres pues ellas piensan que las propias féminas no son

confiables. Esto nos lleva a considerar una tendencia a la auto discriminación en las mujeres, que pasa por sus miradas sobre las desventajas que tienen en comparación con los hombres para la realización profesional.

- En el canal se evidencian grupos que funcionan a partir de mecanismos de género excluyentes. Hay espacios en los cuales las mujeres no tienen permitido entrar y viceversa.

- Igualmente, resultó significativo el uso del concepto *sexo fuerte* en varios individuos para calificar lo masculino.

- En relación con las rutinas productivas practicadas en el Journal Televisé son los hombres los que tienen acceso a las noticias consideradas más difíciles de realizar ya sea por su peligrosidad o su complejidad. A las mujeres se les reserva reportar conmemoraciones de fechas históricas o festivas por el bajo perfil de responsabilidad que se supone pueden cumplir las féminas. La representación de género, a la vez que parte de esas mismas rutinas, media la conformación de las prácticas periodísticas en el canal.

- Las ideologías profesionales afectan la representación de género al punto de hacerse explícita una tensión entre lo femenino y lo masculino que fue mayor entre los trabajadores técnicos del Journal Televisé y menor en los periodistas, aunque de todas maneras de peso ineludible.

- La mayor parte de los cargos de dirección en el canal: Jefe de Redacción, Jefe Asistente, Director del Noticiero, Jefe de los Camarógrafos y Jefe del Equipo Técnico están ocupados por hombres. Lo masculino es sinónimo de responsabilidad, es una guía genérica que garantiza la toma de decisiones y la conducción de los destinos de las mujeres en general y de otros hombres.

- La representación de lo masculino entre los profesionales de la comunicación del Journal Télévisé independientemente de su sexo está muy estructurada desde los roles, desde las imágenes, las actitudes y la información y el conocimiento de lo que es ser hombre a partir de los elementos que dicta la tradición y la religión.

- Al final es evidente que la representación social de género en los grupos de profesionales de la comunicación analizados no es autónoma. Quiere decir que está afectada o mediada por otras representaciones concomitantes como por ejemplo la representación de lo que es ser mujer y hombre en Guinea, de lo que es ser un periodista, del lugar que ocupan mujeres y hombres en el mundo occidental y en el mundo africano, en fin, representaciones con las cuales en lo cotidiano los seres humanos lidian sin descanso.

RECOMENDACIONES

1. Capacitar a las mujeres para mejorar sus capacidades profesionales y aumentar sus posibilidades para competir en el mercado del trabajo.
2. Dar capacitación en cuestiones de género en las empresas de la comunicación.
3. Crear organizaciones profesionales activas para las mujeres en los medios. Las varias filiales de la Asociación de Profesionales Africanas de la Comunicación (APAC) existen sólo virtualmente o están reducidas a actividades esporádicas. Se precisan normas para desalentar las imágenes o discursos que degradan a las mujeres.
4. Implementar mecanismos de monitoreo que sean factibles y funcionales, que tendrán la función de asegurar que los códigos de ética son respetados.
5. Organizar programas especiales para el trabajo en red de todas las organizaciones de mujeres, solicitando que sus miembros reciban capacitación adecuada en NTIC, y los medios para iniciar a las mujeres de base en ese uso.
6. Alentar y expandir la creación de telecentros comunitarios que pueden ser efectivos para este trabajo.