



Universidad de Camagüey "Ignacio Agramonte y Loynaz"
Facultad de Humanidades

Tesis presentada en opción al título de
Máster en Ciencias de la Comunicación

**Construcción Social de las feminidades y masculinidades en
el discurso periodístico audiovisual del programa Portada
Informativa de Televisión Camagüey, en el período de octubre
de 2014 a enero de 2015.**

Autora: Lic. Meily Sierra Rodríguez

Tutora: Dra.C María Antonia Borroto Trujillo

Camagüey, 2015

Resumen

La investigación presenta los resultados obtenidos a partir de un estudio descriptivo sustentado en métodos y técnicas de investigación cualitativas, sobre las Construcciones Sociales de Masculinidades y Femenidades en el discurso periodístico audiovisual del programa Portada Informativa, de Televisión Camagüey, en el período comprendido entre octubre de 2014 y enero de 2015. Es un estudio comunicológico aplicado, de caso único, transeccional que se sirve de la Teoría de Género y la Teoría de la Comunicación con el fin de incorporar una visión integradora sobre el tema. Los medios de comunicación son un importante espacio de socialización y cimentación de la construcción de género y en esta investigación se determinaron las fuentes y actores de la comunicación que acceden al discurso periodístico de PI según áreas temáticas, así como los géneros, elementos del lenguaje audiovisual, estrategias y estructuras discursivas que jerarquizan determinadas masculinidades y feminidades.

Palabras claves: audiovisual, discurso, masculinidad, feminidad, medios de comunicación, periodismo.

Índice

Introducción	1
1.1 Discurso periodístico audiovisual.	10
1.1.1 Sobre el Discurso... según Van Dijk.	10
1.1.1.1 Análisis Crítico del Discurso.	16
1.1.2 Periodismo en TV	25
1.1.3 Noticia e ideología.	32
1. 2 Comunicación y Género.	35
1.2.1 Teoría de Género. Aproximación epistémica.	35
1.2.1.1 Circunvalando el Género.	36
1.2.1.2 Sistema sexo/ género, sustento de la inequidad.	39
1.2.1.3 Roles y Estereotipos de género	42
1.2.2 Construcción Social de Género en el discurso mediático.	44
1.3 Consideraciones sobre el marco referencial	49
1.3.1 TV Camagüey por dentro...	49
1.3.2 Portada Informativa, los/ as primeros en la noticia.	50
2. Construcción social de feminidades y masculinidades en el discurso periodístico audiovisual de Portada Informativa.	51
2.1 Directrices metodológicas.	51
2.1.1 Problema de investigación	52
2.1.2 Objetivo general.	52
2.1.3 Objetivos específicos	53
2.1.4 Tareas específicas.	53
2.1.5 Premisa	53
2.1.6 Conceptualización y operacionalización de las categorías de análisis.	54
2.1.7 Unidad de análisis.	63
2.1.8 Tipo de investigación en Comunicación.	63
2.1.9 Perspectiva metodológica	64
2.1.10 Tipo de estudio.	65
2.1.11 Tipo de diseño.	65
2.1.12 Criterio muestral.	66
2.1.13 Métodos y técnicas.	67
2.2 Análisis de los resultados.	70
Conclusiones	94
Recomendaciones	95
Anexos	

Introducción

La perspectiva de género tiene sus primeras expresiones en el siglo XVII aunque fue el siglo XX el período de mayor fuerza política y cultural de los movimientos feministas, que proponen un nuevo orden social y de pensamiento desde la equidad y el respeto a la diferencia; lo que supone una política radical y revolucionaria conducida hacia cambios de orden cultural, político y simbólico. (Diéguez, 2014)

A inicios del siglo XX, en 1929, Virginia Wolf (2008) plantea las esencias del feminismo en "Una habitación propia", con la denuncia del uso de signos y símbolos de orden cultural estructurados a través de un sistema construido por la sociedad patriarcal. (De Lauretis en Moya, 2010). Casi dos décadas después Simone de Beauvoir (1948) publica "El segundo sexo", donde denuncia el carácter cultural del género. A mediados de los años ´50, el psicólogo Jhon Money utiliza por primera vez el término *gender* y se refiere a él como componente cultural y educativo fundamental en la formación de la identidad sexual (Diéguez, 2014). De esta manera se crean las bases para una teoría que comprende al género diferenciándolo de su aspecto sexual.

La Segunda Ola Feminista, en los años ´60, impulsa los primeros Estudios de Género. Durante esos años, y una década después, se consolidan los principios básicos de la Teoría de Género y comienza a reflexionarse en torno a este como asignación social y cultural con raíz en la evolución histórica de la sociedad y no en la biología. (Diéguez, 2014)

Según Norma Vasallo (1995), el movimiento feminista en Cuba alcanzó fuerza en la primera mitad del siglo XX. Muestra de ello resulta que en 1918 se convirtiera en el primer país hispanoamericano en lograr la ley del divorcio (González, 2000) y el primero de Latinoamérica en realizar un Congreso Nacional Femenino (Vasallo, 1995).

Una de las voces más destacadas del pensamiento feminista en el continente fue la periodista, poetisa y ensayista camagüeyana Aurelia Castillo, defensora de la libertad espiritual e intelectual y fundadora de una ética feminista que denunció la ideología patriarcal de la época y promulgó la emancipación de la mujer y la necesidad de propiciar la apertura de espacios a las poetisas

cubanas. (Valdés, 2008) Su obra enaltece el discurso femenino en la cultura cubana, impregnado por lo que hoy se conoce como marcas de género. (García Yero, 2002)

Cuba recibió el influjo feminista de otras partes del mundo. La pintora dominicano- cubana Adriana Billini propició la enseñanza de la pintura y el dibujo a las mujeres cubanas. Las feministas españolas Belén de Sárraga, Carmen de Burgos, Mercedes Pinto y Zenobia Camprubí, y la puertorriqueña Luisa Capetillo impartieron conferencias en la Isla, invitadas por los Clubes Femeninos. En 1930, apenas un año después de la visita de la aviadora Amelia Earhart, primera en atravesar el Océano Atlántico en un vuelo solitario, Cuba ya contaba con su primera aviatrix: Berta Moraleda. (Depestre, 2014)

En la década del ´40 el movimiento feminista perdió fuerzas y fue absorbido por los partidos tradicionales. Una década después fue creado el frente Cívico de Mujeres Marianas que reunió a una parte del movimiento feminista cubano y se autodisolvió en enero de 1959. (Vasallo, 1995)

Según Vasallo (1995) durante el período revolucionario, los primeros intentos por incluir esta perspectiva en productos de Comunicación Social se realizaron entre 1993 y 1996 con la creación del proyecto Magin que se estructuró como Asociación de Mujeres Comunicadoras.

- Género y Academia.

En el estudio "Evolución del tema mujer en Cuba" (Vasallo, 1995) se recopilan trabajos desarrollados en el contexto académico, a partir de los registros que conservan la Biblioteca Nacional José Martí y la Universidad de La Habana. De esta recopilación figura como el estudio más antiguo el realizado por la poetisa camagüeyana Gertrudis Gómez de Avellaneda en el año 1860 con el título "La Mujer (cualidades del carácter de la mujer)".

En la década del ´60 surgen los primeros trabajos en el área de la Psicología, donde se aborda a la mujer en sus roles tradicionales. En los años ´80 destacan las investigaciones sociales y en los ´90 se evidencia un crecimiento de estos estudios gracias a la creación de las Cátedras de Mujer y Familia.

Los estudios de masculinidades, si bien en el contexto anglosajón y latinoamericano ya contaban con una solidez teórica en los años ´80, en Cuba

apenas emergen a finales del siglo XX y principios del XXI. En la actualidad cuentan con presencia académica en instituciones de la Educación Superior en Cuba y espacios de debate como la Jornada Cubana de Estudios de Masculinidades, principal promotora de la creación en el 2007 de la Red Iberoamericana de Masculinidades, de la que han resultado investigaciones sobre violencia, migración, raza, sexualidad y deporte. (González Pagés, 2010)

Es el ámbito de la comunicación mediática una de las áreas más interesantes y estudiadas desde la perspectiva de género. El discurso de los medios masivos es mayoritariamente excluyente respecto a las minorías, y portavoz de las sociedades patriarcales. Sin embargo, gracias a la apropiación de un adecuado enfoque de género, puede legitimar y visibilizar la diversidad que conforma la realidad social.

El año 1995 representó un significativo avance en ese sentido gracias a los acuerdos tomados en la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, en Beijing, China; con el propósito de trazar estrategias para igualar las oportunidades de mujeres y hombres. En ese encuentro se incluyó a los medios de comunicación masiva entre las 12 áreas prioritarias en la lucha por la equidad de género.

Así, se consolida a nivel internacional un grupo de tareas y estrategias de trabajo que incluye guías para la comunicación no sexista, creación de grupos de académicos/as que estudian diversos fenómenos sociales a partir de la visión de género, se crean los Observatorios de Medios cuya labor consiste en el monitoreo de diversos productos audiovisuales. En Latinoamérica surgen o se fortalecen recursos electrónicos y fuentes informativas con el objetivo de visibilizar y empoderar a las mujeres (SEMLAC, Artemisa noticias, CIMAC...).

Al mismo tiempo, es cada vez mayor el movimiento por la defensa de los derechos de las personas homosexuales y transgéneros que redundará en el reconocimiento de sus derechos sexuales y reproductivos, y su inclusión en la legislación de algunos países europeos y latinoamericanos.

Ante esta realidad, Cuba también protagoniza acciones en pro de la equidad de género, lideradas por la Federación de Mujeres Cubanas (FMC) y el Centro Nacional de Educación Sexual (CENESEX), además de otras instituciones

como la Sociedad Cubana Multidisciplinaria para el Estudio de la Sexualidad (SOCUMES), estas dos últimas, miembros de la Asociación Mundial de Salud Sexual (WAS, por sus siglas en inglés), participantes en la creación de su Declaración de Derechos Sexuales y Reproductivos. (Roque, 2009)

Bajo estas directrices, la Federación de Mujeres Cubanas aprobó el Plan de Acción Nacional de Seguimiento a la Conferencia de Beijing (1997) que contiene entre sus líneas de trabajo el tratamiento de género en los medios de comunicación.

Estos lineamientos han tenido repercusión en la labor de instituciones nacionales académicas, científicas, culturales... La Editorial de la Mujer, la Cátedra "Mirta Aguirre" del Instituto Internacional de Periodismo José Martí, la creación del espacio de debate "Mirar desde la sospecha" organizado por la Unión de Escritores y Artistas de Cuba (UNEAC) junto al Programa de Género y Cultura del Centro de Reflexión y Debate Oscar Arnulfo Romero, la Red Iberoamericana de Masculinidades, el Evento Iberoamericano de Género y Comunicación, el proyecto Todas Contracorriente y las campañas "Yo digo no a la violencia de género" y "El valiente no es violento"; son una muestra de ello.

Asimismo, en enero del 2012 la Conferencia Nacional del Partido Comunista de Cuba (PCC) incluyó entre sus metas sociales *"reflejar a través de los medios audiovisuales, la prensa escrita y digital, la realidad cubana en toda su diversidad en cuanto a la situación económica, laboral y social, género, color de la piel, creencias religiosas, orientación sexual y origen territorial"* (González, 2012)

Sin embargo, a juicio de la sexóloga Mariela Castro Espín, directora del CENESEX (Hernández, 2014); a pesar de la voluntad política y con excepción de algunos medios digitales y alternativos desde Internet, la prensa cubana reproduce estereotipos y prejuicios sexistas, tratamiento poco atractivo y descontextualizado del tema, no sistematizado, carencia de políticas y estrategias para el tratamiento informativo con perspectiva de género; lo que evidencia la falta de capacitación y sensibilización en periodistas y directivos/as de los medios.

Si bien en el contexto académico se perfilan ya estudios comunicológicos desde una perspectiva de género, según el artículo "La investigación en Comunicación. Su lugar en Cuba", de Hilda Saladrigas y Dasniel Olivera, sólo representa el 1 por ciento de las investigaciones realizadas en todo el país. (Edith, 2014) En lo que respecta al Periodismo, hace apenas 5 años inició, con carácter optativo, la asignatura Género y Comunicación en el programa de licenciatura de esa especialidad de la Universidad de La Habana (Escalona, 2014), en la Universidad de Camagüey no se cuenta con estos estudios como parte de su formación curricular.

En una revisión de la producción epistemológica se advierte el predominio de estudios descriptivos, fundamentalmente sustentados en el Análisis del Discurso. Se han realizado investigaciones que proponen un acercamiento a las Representaciones Sociales de Género en el video clip cubano actual (Gordillo, 2008) o la narrativa femenina de los noventa (Hernández, 2008), también la homo-lesbofobia en el discurso parlamentario (Violeta, 2013), sexismo lingüístico en la Real Academia de la lengua (Cabeza y Rodríguez, 2013; Murrillo, 2015), violencia y sexismo en los medios de comunicación en Argentina y México (Bonavitta y de Garay, 2011), roles de género sexistas en la filmografía de Disney (Cantillo, 2010), políticas públicas de género (Forero y Hurtado, 2013), análisis del discurso de género en *talk show* y revistas televisivas (Valladares, 2012), metáforas de género en la publicidad de una revista femenina (Velasco, 2003), representación de las mujeres en dibujos animados venezolanos (Pineda, 2013).

Los estudios de género en el discurso periodístico se concretan mayoritariamente en la prensa escrita (Vázquez, 2010; Vallejo, 2005; Martynowskyj, 2013; Trujillo y Ayora, s/ a; Bonavitta y de Garay, 2011, Consuegra, 2009), además en agencias de información (López y Rodríguez, 2009; González 2009) y con menor presencia, en espacios televisivos (Kaba, 2006; Rovetto, 2010).

Aunque se constata en el contexto académico la sensibilización respecto a estos temas_ una muestra es que entre los años 2008 y 2013 se realizaron en la Universidad de La Habana un total de 10 tesis de diploma y dos de maestría

con reflexiones sobre la construcción social de género en productos comunicativos (Rodríguez, 2014)_ como se refería antes, los estudios de Género y Comunicación representan sólo el 1 por ciento de las investigaciones comunicológicas en el país.

Estas problemáticas también se evidencian en la formación de profesionales del territorio y por tanto, en espacios informativos de los medios locales. A partir de un estudio exploratorio realizado con el empleo de técnicas como la entrevista en profundidad y la técnica proyectiva de Completamiento de frase, se obtuvo como resultado que profesionales del Periodismo, la Comunicación Audiovisual y directivas de Televisión Camagüey poseían un nivel de información muy pobre sobre el tema y mediado por prejuicios y estereotipos sexistas.

La aplicación de estas técnicas permitió determinar que a pesar de que existe una actitud explícita positiva respecto a las formas emergentes de lo masculino y lo femenino y la inclusión de perspectiva de género en materiales periodísticos, no se poseen los conocimientos necesarios para establecer políticas y estrategias de trabajo que permitan la creación de un producto comunicativo inclusivo. A ello se suma la concepción mayoritaria sobre el género a partir de sus formas tradicionales. Si bien se muestra una perspectiva más transgresora respecto a los roles de género, aún persisten estereotipos asociados al deber ser de un periodista hombre ("hombre a pesar de tener otra preferencia sexual") o mujer ("bonita", "sensual", "hábil").

Género se confunde con diferenciación sexual, se entiende no como construcción socio-histórica y cultural sino limitado a lo biológico. Otras veces se trastoca género con perspectiva de género, y esta última se limita al lenguaje sexista o a la no discriminación respecto a la selección de las fuentes, además de considerarse innecesaria en espacios informativos. También existen estereotipos sobre la diversidad sexual y se posee un concepto equivocado sobre el feminismo (entendido como equivalente al machismo).

Ante esta situación, y teniendo en cuenta las políticas promovidas a nivel nacional e internacional respecto a la perspectiva de género y por la importancia de estos espacios en la construcción de la realidad, su papel en la

conformación de los imaginarios populares y la cimentación del universo simbólico, se resolvió estudiar el discurso periodístico audiovisual de espacio Portada Informativa de Televisión Camagüey, en el que confluyen especialistas de diversas aristas de la Comunicación.

Este programa posee un marcado interés en representar a los diferentes públicos para propiciar un mensaje más inclusivo_ teniendo en cuenta el papel socializador de los medios masivos y sus posibilidades para deconstruir estereotipos y mitos sexistas. Sin embargo, este propósito en ocasiones se malogra por desconocimiento o incomprensión de la Teoría de Género.

Se definió entonces como problema de investigación: ¿Cómo se construyen las feminidades y masculinidades en el discurso periodístico de PI en el período de octubre de 2014 a enero de 2015?

Para lo cual se definió como objetivo general:

Analizar la construcción social de las feminidades y masculinidades en el discurso periodístico de PI en el período de octubre de 2014 a enero de 2015.

En ese sentido, se establecieron como objetivos específicos:

Determinar qué fuentes y actores de la comunicación¹ participan y son representados, según las áreas temáticas, en el discurso periodístico audiovisual de PI.

Describir cómo elementos del lenguaje audiovisual, géneros periodísticos, los las estrategias y estructuras discursivas, reproducen y jerarquizan determinadas construcciones sociales de feminidades y masculinidades en el discurso periodístico audiovisual de PI.

Caracterizar las particularidades del contexto que intervienen en la reproducción y jerarquización de determinadas construcciones sociales de feminidades y masculinidades en el discurso periodístico audiovisual de PI.

A partir de lo anterior se definió como Premisa que: En el discurso periodístico

1

El término actores de la comunicación se refiere a quienes forman parte del discurso periodístico, no a las fuentes sino a periodistas, presentadores/ as, que ejercen poder sobre las formas discursivas. El término fue tomado a partir de las consideraciones de Martín Serrano y Piñuel Raigada. (1982).

audiovisual de PI se emplean estructuras y estrategias discursivas, elementos audiovisuales, géneros periodísticos, así como fuentes y voces que reproducen y jerarquizan las construcciones sociales tradicionales de masculinidad y feminidad, aunque se incorporan formas emergentes de masculinidad y feminidad.

Se establecen entonces como categorías de análisis: Construcción sociales de masculinidades y feminidades y Discurso periodístico audiovisual y como dimensiones: Construcción social de feminidad, Construcción social de masculinidad, estructuras discursivas, estrategias discursivas, tratamiento de las fuentes, elementos del lenguaje audiovisual, géneros periodísticos, política editorial y contexto.

Como sustento teórico contamos con la Teoría de Género, Estudios Comunicológicos (Periodismo Audiovisual y Semiótica de la Imagen) y Análisis Crítico del Discurso. Este enfoque interdisciplinario provee al estudio de las herramientas teórico- metodológicas necesarias para realizar un análisis del tema que se estudiará desde una perspectiva cualitativa. Es un estudio comunicológico aplicado orientado hacia el mensaje, descriptivo, transeccional y de caso único.

Para el desarrollo de la misma se cuenta con programas, disponibilidad de tiempo, y el consentimiento y apoyo de periodistas y personal artístico vinculado a la realización; recursos materiales y humanos necesarios para su viabilidad.

En la actualidad se evidencia un interés en el estudio y transversalización del enfoque de género. Esta investigación responde a las líneas de investigación del Programa de Maestría en Ciencias de la Comunicación y brinda la posibilidad de enriquecer los estudios de Género y Comunicación aplicados al periodismo audiovisual a partir de un análisis no sólo de las construcciones sociales de género en el discurso sino además hacer énfasis sobre el contexto del discurso. Su valor teórico también radica en sistematizar postulados teóricos sobre nuevas tendencias del Periodismo Audiovisual así como del Análisis del Discurso según Van Dijk y su actualización en la comunicación audiovisual a través del enfoque de la filóloga española María de los Ángeles

García Asensio; para el estudio de la construcción social de feminidades y masculinidades. En ese sentido, la novedad del estudio se encuentra en sistematizar para el estudio de la construcción social de feminidades y masculinidades, elementos de Semiótica Audiovisual y de las Superestructuras del discurso informativo así como formas de citar fuentes.

Su valor práctico se establece al obtener una descripción de las construcciones sociales de género en el discurso periodístico de Portada Informativa, además de proveer de herramientas teórico- metodológicas y prácticas para lograr productos comunicativos inclusivos, así como sensibilizar a comunicadores/as y directivos/as e instar al perfeccionamiento de las políticas de medios en TV Camagüey respecto a la perspectiva de género.

Se utiliza como método teórico el análisis- síntesis y deducción- inducción, y como método empírico el Análisis Crítico del Discurso. El estudio se complementa con la entrevista en profundidad a periodistas y realizadores/as vinculados/as con la redacción, montaje, coberturas periodísticas y dirección general de PI.

Para cumplir con los objetivos propuestos, esta investigación se organiza de la siguiente manera: en el capítulo 1 se exponen algunas de las cuestiones teóricas que sustentan este estudio (Teoría de Género, Análisis Crítico del Discurso, Discurso periodístico audiovisual) y un epígrafe referencial en el que se exponen las particularidades formales y la rutina productiva de Portada Informativa. En el capítulo 2 se expone la metodología utilizada y se muestran los resultados obtenidos. Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones del estudio, así como la bibliografía y los anexos.

1.1 Discurso periodístico audiovisual.

1.1.1 Sobre el Discurso... según Van Dijk.

Van Dijk entiende por discurso *“tanto una forma específica del uso del lenguaje, como una forma específica de interacción social. Así, el discurso se interpreta como un evento comunicativo completo en una situación social.”* (Meersohn, 2005, p.5)

En ese sentido, incorpora al concepto de discurso no sólo elementos observables verbales o no verbales, interacciones sociales y actos de habla sino además las representaciones cognitivas y estrategias en la producción y comprensión del discurso. (Meersohn, 2005)

En uno de sus textos más importantes, “La noticia como discurso”, Van Dijk (1990) expone sus consideraciones sobre el discurso periodístico, entendido como una forma de construcción de la realidad a partir de estructuras y estrategias discursivas, y determinadas fuentes de información que utilizan los medios de comunicación con el objetivo de informar, interpretar u opinar sobre sucesos que tienen lugar dentro y fuera del sistema social, según las líneas editoriales reguladas por cada medio. Se presenta como una interfaz discursiva que articula texto y contexto, por medio de un sistema que produce significación en consecuencia con los intereses del emisor y a través de un tratamiento específico del discurso. (Van Dijk, 1999)

Según Van Dijk (1983) el discurso de la noticia tiene una superestructura o estructura global convencional que de manera jerárquica, organiza y clasifica el contenido y cada una de sus partes y se clasifica respecto a sus funciones en el texto.

Está compuesta por titulares (expresan la información más importante, pertinente o sorprendente del relato de la noticia; resumen el sumario ofrecido en el lead y son una interpretación de los acontecimientos o acciones desde el punto de vista del periodista o la institución, su función más importante es atraer la atención); lead (proporciona el resumen breve de los acontecimientos, especifica la hora, el lugar, las circunstancias, los participantes principales, consecuencias...); y cuerpo del relato (no se organiza sólo según un orden temporal o condicional _causal_, dispone de una organización determinada por

los niveles o grados de generalidad según su importancia y de especificidad a través de detalles).

A su vez, la organización del esquema global de la noticia requiere de categorías pertinentes: Acontecimiento importante (se caracteriza por el criterio de importancia aplicado), Reacción (reacciones humanas y consecuencias relevantes del hecho), Antecedentes (acontecimientos previos), Información previa, Historial (brinda información general sobre el suceso), Contexto, Explicativa (contiene jerárquicamente otras de las categorías anteriores), Predicción o Expectación (especulaciones del periodista sobre las posibles evoluciones o consecuencias del suceso) y Valoración (la valoración puede ser estructural, presentando y destacando ciertos hechos, o puede quedar implícito en el uso positivo o negativo de predicados, verbos de acción y adjetivos). Desde luego, esta estructuración puede interpretarse con mayor detenimiento en el marco de una teoría de valores de las noticias y de las rutinas productivas. (Van Dijk, 1983)

Precisamente un microanálisis a los procesos de producción de noticias permite conocer cómo interpreta el periodista los contextos que rodean a las noticias y cómo esas interpretaciones inciden en la reproducción de los sucesos periodísticos y del discurso informativo, además de facilitar un análisis del mecanismo organizativo estratégico que guía la práctica periodística influenciada por rutinas productivas y procesos institucionales. (Van Dijk, 1990)

Si bien las propuestas teóricas y metodológicas de Van Dijk son imprescindibles para el análisis del discurso periodístico, debe tenerse en cuenta que este enfoque resulta limitado en productos audiovisuales en los que la significación del discurso se crea a partir de diferencias estructurales en su discurso además de la yuxtaposición de los recursos lingüísticos orales o escritos con los códigos de la imagen y el sonido que definen el significado del discurso.

La imagen es polisémica y al combinarla con la palabra, esta reduce la ambigüedad pero al mismo tiempo, la imagen puede proveer de otras significaciones al discurso lingüístico. La imagen tiene su propia retórica a partir del lenguaje icónico: figuras de adjunción [rima y comparación, acumulación,

enganche y antítesis, antanaclasis y paradoja] y figuras de supresión [elipsis (circunloquio) y suspensión (dubitación y reticencia, tautología y preterición)].

Verón (1983) a partir de las consideraciones de Charles Peirce refiere tres órdenes fundamentales de significación que actúan en el noticiero televisivo: lenguaje (símbolo), imagen (ícono) y el contacto o la confianza (índice), organizados de manera jerárquica según sus funciones.

El análisis implica no sólo la evaluación del contenido sino el aspecto formal, el formato y su lógica de construcción discursiva e interpretativa que en definitiva determinan la estructura de la noticia. (Arana, 1999)

En ese sentido, incorporamos a nuestro marco teórico el resultado de las investigaciones de la filóloga española María de los Ángeles García Asensio (2009) sobre el discurso de los telediarios y en particular su análisis del contexto extralingüístico, las funciones comunicativas y su propuesta de superestructura de telediarios. Es preciso referir que este estudio no sólo se sustenta en el Análisis Crítico del Discurso sino además en la Teoría Comunicológica sobre Lenguajes del Periodismo y los Estudios Semiológicos.

La superestructura sugerida por García Asensio (2009) no es más que la estructura esquemática global, de carácter sintáctico- semántico y funcional que organiza jerárquicamente en el telediario, mediante categorías, los temas o macroestructuras del discurso (VER ANEXO 1). De manera que organiza la información y permite la coherencia global para su interpretación. El empleo de estas categorías (Cabecera, Apertura, Resumen de apertura, Resumen de cierre, Relato, Resumen intermedio, Término y Créditos) no es obligatorio y su utilización determina el estilo del telediario. Cada una de estas categorías posee sus particularidades.

Cabecera: es la presentación del telediario y su función es de transición entre el programa anterior y el telediario, orienta respecto al tipo de espacio y por sus códigos visuales y sonoros y la reiteración, se fija en la memoria con más facilidad. Suelen incluir imágenes del globo terráqueo lo que connota que se encontrarán informaciones de todas partes del mundo. Su función metadiscursiva es de organizar el discurso, además de ser apelativa y conativa para atraer la atención de quién sintonice el espacio.

Apertura: Inicia con el saludo del presentador/ a y el juego de miradas cara a cara, estrategia retórica que para aparentar inmediatez, veracidad y una relación más cercana. Puede incluir la mención de la fecha lo que provee elementos de temporalidad_ o espacialidad_ con valor referencial.

Resumen de apertura: Anticipa en forma de resumen, los contenidos más relevantes_ noticiables_ del telediario según las mediaciones cognitivas e ideológicas del medio. Señaliza el orden jerárquico de los contenidos. Compuesto por dos sub categorías: presumario y sumario. El presumario introduce de forma rápida, atractiva y espectacular_ para provocar el interés y la aceptación de la audiencia (función apelativa) _ el resumen de los hechos más destacados, siguiendo un orden jerárquico. Se desarrolla en la portada del telediario y suele presentarse a través del busto parlante que alterna con las imágenes del suceso. El sumario presenta los hechos más sobresalientes en el espacio de Titulares. Ordena jerárquicamente y es presentada en *off* con un fondo musical. Predomina la función referencial y apelativa (para seducir a la audiencia). Facilita la comprensión semántica y pragmática de los contenidos informativos a través de códigos sonoros y visuales que permiten captar la atención con mayor facilidad.

Resumen intermedio: resúmenes en forma de destacados que tienen la función de recordar los temas más relevantes del día. Interrumpen el relato de noticias y la repetición de contenidos se utiliza como estrategia de persuasión ya que favorece los procesos cognitivos, da impresión de objetividad y por tanto, confiere credibilidad. Puede anunciar un nuevo bloque de noticias justo antes de entrar la publicidad.

Resumen de cierre: se desarrolla en forma de titulares de síntesis o de resumen final que fijan la información más relevante. Pueden o no ser los titulares del inicio. Facilitan la comprensión y retención de contenidos informativos, reduce el esfuerzo interpretativo, aumenta la coherencia del discurso y se convierte en mecanismo de persuasión y seducción.

Relato: Se refiere al desarrollo del telediario, luego del Resumen de Apertura. Aglutina las noticias en bloque o grandes áreas temáticas. Los bloques suelen marcarse verbalmente o a través de ráfagas sonoras, rótulos

sobreimpresionados, efectos visuales... que tienen una función apelativa, estética y conativa. Los bloques se ordenan de manera jerárquica en cuanto a relevancia informativa y cada noticia que lo integra se diferencia de la siguiente a través de marcas lingüísticas, sonoras o visuales.

Término: El presentador despide la emisión y por tanto, el simulacro de conversación, incluye a veces un comentario reflexivo o valorativo sobre los temas tratados.

Créditos: Sobreimpresionados en la pantalla con la sintonía del telediario, brinda información sobre el equipo de realización.

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

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

Luego de un análisis sobre las particularidades formales de las noticias en el medio televisivo, García Asensio (2009) propone como estructura esquemática propia dos categorías: Resumen y Relato. (VER ANEXO 2)

Resumen: expresa la parte más relevante de la macroestructura de la noticia y brinda información sobre lo más destacado del relato. Es preciso referir que sólo algunas noticias cuentan con resumen, categoría que se reserva a las que poseen mayor relevancia informativa. Se incluye a modo de destacado o titular y ocupa una posición jerárquica (resumen de apertura, intermedio o cierre).

Relato: Generalmente inicia con la entradilla o presentación de la noticia a cargo del presentador/a que refiere el Marco, situando en Contexto real a través de indicadores temporales, espaciales o temáticos (responde al cuándo, dónde, metatemas o áreas temáticas) que ordenan, introducen y contextualizan el suceso noticiable. También incluye el núcleo del hecho noticiable (qué) y

actantes² (quién o quiénes). En caso de que se consideren informativamente relevantes, interesantes o generadores de tensión, se incluirán Acontecimientos previos (cómo o por qué).

La entradilla no siempre existe ya que el relato puede tener diferentes configuraciones técnicas que no la necesitan: el presentador explica en directo la noticia y se grafica o no con imágenes; inserción de declaraciones de personalidades, testigos o protagonistas procedentes de géneros dialógicos como las entrevistas, encuestas, declaraciones o conferencias de prensa; la combinación de las dos anteriores; video sobre declaraciones de actantes sin la explicación de un periodista aunque con ráfagas sonoras o visuales; conexión en directo con exteriores...

En el Relato de la noticia se desarrollan los Acontecimientos previos recientes, se amplían los datos del suceso a través de los Antecedentes (Historia pasada y Contexto estructural), Consecuencias (a través de la expresión verbal de actantes u otros hechos que desencadena el suceso), Comentarios (de carácter evaluativo, valorativo) y sus variaciones redunda en el empleo de un determinado género periodístico. Cada una de estas partes se diferencia a través de recursos audiovisuales. Puede o no concluir con la categoría Síntesis de cierre, enunciado que sintetiza la macroestructura global de la noticia.

Poco más de dos décadas antes Mancini (en Arana, 1999) había expuesto su estudio sobre el macroformato y microformato de las noticias televisivas. Considerando al primero como el entorno global en el que estas se inscriben y que determina la estructura global, orden y presentación en el programa; mientras que el microformato corresponde a qué sucesos se convierten en noticia y el tratamiento que se les dará, a partir de consideraciones de orden ideológico.

1.1.1.1 Análisis Crítico del Discurso.

De los aportes de Van Dijk a la teoría resulta oportuno considerar su visión sobre el discurso como acción social que *“se presenta como forma de habilitar*

² El término actante proviene de la semántica estructural francesa, específicamente del análisis estructural propuesto por Greimas, considerado por Van Dijk como una de las disciplinas que sustentan el surgimiento del análisis del discurso. (Valles, 1999) Asensio (2009) lo utiliza para referirse a los actores sociales implicados en el discurso como protagonistas, víctimas, testigos o expertos.

nuevos caminos en la reconstrucción de acontecimientos, mostrando tanto las estructuras del lenguaje como la ideología que compromete a los actores sociales de un momento determinado” (Mengo, 2004, p. 1)

A partir de esta observación, devela conexiones significativas entre el discurso y la sociedad que se expresan no de manera directa sino mediada por la cognición compartida de los miembros sociales_ entendida como conocimiento compartido por un grupo o cultura_. A esta interfase cognitiva mental Van Dijk (1994) la considera necesaria para explicar la influencia del discurso en la reproducción de la desigualdad social.

La combinación del enfoque discursivo y cognitivo en el estudio de la producción de noticias permite formular las estructuras y estrategias de los valores periodísticos y *“el rol general de las ideologías profesionales y sociales en la interpretación de los acontecimientos informativos, o más bien de los textos fuente, y la manera en que guían la producción real de la información periodística.”* (Van Dijk, 1990, p. 257)

Estos planteamientos suponen el examen del discurso mediático, en tanto espacio de conformación y reproducción de ideología ya que *“aparte de la conversación diaria (...), quizás hay pocos tipos de discursos con los que todos nos enfrentemos de una manera tan predominante y permanente como los de los medios de comunicación”* (Van Dijk, 1983, p.78)

La relación discurso- ideología- sociedad se enuncia a través de una variedad de estrategias que consisten en el empleo de determinadas estructuras semánticas, sintácticas, marcadores discursivos, polifonía: *“relaciones o propiedades sociales como clase, género o etnicidad, son sistemáticamente asociadas con unidades estructurales, niveles, o estrategias del habla y el texto enclavados en sus contextos sociales, políticos y culturales”*. (Van Dijk en Meersohn, 2005, p. 14 y 15)

Para el análisis del discurso como acción social Van Dijk (en Mengo, 2004) refiere varios niveles de estructura: sintaxis (uso de pronombres, construcciones pasivas, estilo en tanto conjunto de elecciones que se hacen entre las posibles estructuras de la forma sintáctica en un discurso en particular, formalidad del registro, estructuras específicas de género),

significado e interpretación (el análisis léxico es el componente más obvio del análisis ideológico del discurso), proposiciones (son cuestiones que organizan actitudes ideológicas y tales percepciones pueden ser proyectadas directamente en estructuras proposicionales y sus formulaciones sintácticas activas, pasivas, nominalizaciones...), lo implícito y lo explícito (la función ideológica de ocultar los hechos o condiciones sociales o políticas “reales” del discurso puede ser manejada semánticamente mediante diversas formas:

1. Estructuras esquemáticas: las posiciones ideológicas también quedan plasmadas en las estructuras formales del discurso: qué aparece en el titular, qué en el lead, qué resalta el cuerpo de la noticia.
2. Estructuras retóricas: predominan en los contextos persuasivos, y abarcan la repetición, la supresión, la sustitución, figuras de rima, paralelismos, comparación, metáforas, aliteración e ironía.
3. Interacción: estrategias en las que quedan impresas la posición social, el poder y el control que ejercen los miembros sociales de un grupo, los hablantes poderosos podrán controlar las estructuras contextuales de modo de prohibir la presencia de ciertos participantes, sancionando formal o informalmente el léxico, cambiando los tópicos o la agenda de un encuentro.

Van Dijk (1983) incorpora además al análisis de la estructura textual elementos del contexto comunicativo expresados a través de lo paralingüístico como la entonación, la proximidad, movimientos corporales, gestualidad...

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

Así, un aspecto crucial del “significado global”, o macroestructura semántica, de un texto es su *tema o asunto*, que explica lo esencial o el resultado del texto como un todo. Sin embargo, tal asunto global se deriva (por macro-reglas) del de los significados locales del texto, y viceversa, un

texto no puede ser localmente coherente si no respeta la organización conjunta de un asunto global. (Van Dijk, 1983, p. 83)

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

El caso particular de la retórica periodística no se limita a las figuras usuales del habla sino que utiliza dispositivos estratégicos que relacionan la veracidad, la plausibilidad, la corrección, la precisión y la credibilidad.

Estos dispositivos incluyen el uso destacable de las cifras; un uso selectivo de las fuentes; modificaciones específicas en las relaciones de relevancia (...); las perspectivas ideológicamente coherentes en la descripción de los sucesos; los usos de argumentaciones específicas o esquemas de actitudes, los usos selectivos de personas e instituciones fiables, oficiales, bien conocidas y creíbles; la descripción de detalles cercanos, concretos; la cita de testigos oculares o participantes directos; y la referencia o apelación a las emociones. Esto significa que un análisis retórico no puede ser completamente independiente de un análisis semántico e ideológico del discurso periodístico. (Van Dijk, 1990, p. 138)

El Análisis Crítico del Discurso es una herramienta muy útil en la denuncia de problemas sociales como el abuso del poder, la desigualdad y el acceso

diferencial al discurso ya que permite elucidar las estrategias de uso, legitimación y construcción de la dominación. Es, ante todo, una actitud de resistencia y también de solidaridad hacia los/ as menos favorecidos/ as.

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

(...) si queremos explicar lo que es el "discurso", resulta insuficiente analizar sus estructuras internas, las acciones que se logran, o las operaciones mentales (procesos cognitivos) que ocurren en el uso del lenguaje. En este sentido es necesario dar cuenta que el discurso como acción social ocurre en un marco de comprensión, comunicación e interacción que a su vez son partes de estructuras y procesos socio-culturales más amplios. (Silva, 2002, p. 2)

El contexto determina y hace comprensible el discurso por lo que deben considerarse cuestiones como su carácter temporal, geográfico, sociocultural, psicológico (Manzano, 2005).

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

Desde mediados de los años ´80 Van Dijk inició su programa de investigación sobre racismo que inauguró esta vertiente del Análisis del Discurso a través del estudio de las conversaciones cotidianas. Luego incorporó estas cuestiones en el análisis de los prejuicios étnicos y la reproducción de racismo en las noticias, (1991), en textos escolares (1993), debates parlamentarios y discursos científicos. Sin embargo, el propio Van Dijk recomienda este enfoque en otras formas de discriminación de orden político, clasista, religioso y también de género, conocido como sexismo. (Van Dijk, 1994) Específicamente los estudios de Discurso y Género son para Van Dijk los más interesantes y paradigmáticos entre los Estudios Críticos del Discurso. (Londoño, 2009)

Esta vertiente crítica respecto a las discriminaciones en el discurso por cuestiones de género se inaugura a partir de las investigaciones de Ruth Wodak, precursora junto a Van Dijk del ACD. Su método histórico discursivo fundado junto a lingüistas de Viena forma parte de los estudios interdisciplinarios para denunciar el sexismo.

La esencia del método consiste en incorporar conocimientos y experiencias de otras disciplinas para obtener mayor información del contexto amplio que rodea al evento discursivo, con énfasis en la ideología, el poder y la historia. (Grulichová, 2013; de la Fuente, 2002)

Este enfoque también es asumido por el feminismo que refiere cómo las inequidades de género poseen un carácter histórico (Scott en Lagarde, 2008) A su vez, el feminismo ha sido una de las teorías críticas que más ha contribuido al análisis, desde una perspectiva integral, de los discursos de poder.

Otra de las cuestiones que se considera cardinal para el análisis de la asimetría en el discurso respecto al género remite al enfoque cognitivo propuesto por Van Dijk:

La forma última de poder es influenciar personas hacia lo que se quiere y el discurso puede influenciar la sociedad a través de las cogniciones sociales de éstas. Si se tiene claro este punto se puede llegar a dilucidar cómo se construyen los conocimientos sobre el mundo (scripts), las ideologías de grupos, las actitudes sociales, los prejuicios. (Van Dijk, 1994, p. 10 y 11)

Si bien es complejo el tema respecto a la atribución de determinados significados simbólicos y sociales a las palabras a partir de elementos relativos a la mentalidad y la escala de valores (Fernández, 2013) resulta aún más complicado en lo que compete a la imagen por su carácter polisémico, persuasivo, capaz de inculcar ideología de forma soterrada a partir de recursos como la metáfora cuyo potencial radica fundamentalmente en su valor cognitivo. (Velasco, 2013)

La metáfora visual es un recurso ideológico que combina experiencia y visión cultural y habitualmente es utilizado en el discurso sexista. Velasco (2013) refiere algunos de estos usos en la publicidad, sin embargo, estas cuestiones también pueden esgrimirse en el discurso periodístico.

Existen dos metáforas de género: las metáforas universales y las culturales. Las primeras se forman a partir de las características comunes que poseen los seres humanos, son muy frecuentes las metáforas espaciales que marcan el espacio sociocultural, político y económico por cuestiones de género (dominio del espacio masculino sobre el femenino). Estas metáforas universales de género se convierten en culturales cuando reflejan valores asimétricos de género propios de una sociedad determinada y por influencia de estereotipos de género (tradiciones culturales, funciones corporales, necesidades físicas, mujer como objeto sexual, juzgada por su apariencia física). Se trata del empleo de recursos semióticos sexistas que se articulan a nivel implícito.

En la actualidad ya no se trata sólo de las formas conscientes y explícitas sino de intervenciones automatizadas que se vislumbran en el discurso y soportan ideologías machistas. Es preciso el análisis de la lógica discursiva para develar su estrecha relación con los modos de operación de la ideología.

La ideología opera, según Thompson (en González, 2012), a través de la legitimación, simulación, unificación, fragmentación y cosificación.

La legitimación incluye estrategias de racionalización (se construye una cadena de razonamientos que intentan defender o justificar un conjunto de relaciones o de instituciones sociales y, por medio de ello, persuadir al público), universalización (los arreglos institucionales que sirven a los intereses de algunos individuos se representan como si sirvieran a los intereses de todos) y

la narrativización, (compuesta por las reclamaciones que se insertan en historias que recuentan el pasado y que tratan el presente como parte de una tradición apreciada.)

Asimismo, articula la simulación respecto a las relaciones de dominación desviando la atención en la presentación de los hechos, afirmándose en una serie de estrategias como la sustitución (permuta de términos que se refieren a un objeto o individuo, con connotaciones positivas y negativas), la eufemización (descripciones positivas de acciones e instituciones) y el tropo (uso figurado del lenguaje, de las formas simbólicas que implica operaciones en el pensamiento). También se presentan las ideologías por medio de la unificación, creando una especie de identidad colectiva, que cuenta con la estrategia de estandarización (las formas simbólicas se adaptan a un marco de referencia estándar que se promueve como la base aceptable y común del intercambio simbólico.) y de Simbolización de la unidad (construcción de símbolos de identidad colectiva que se difunden en un grupo o en varios.)

Igualmente se emplea la fragmentación (distinguible en la separación de los individuos de aquellos que representan una amenaza para la estructura dominante, sustentada por una construcción simbólica de diferenciación que enfatiza el contraste del "otro"), y la expurgación (la construcción de un enemigo amenazador, al que se ha dotado de carácter maligno).

Por último, la Cosificación, que representa un estado de cosas histórico y transitorio como si fuera permanente e intemporal en función de sustentar las relaciones de dominación. Sus correspondientes estrategias son la naturalización (forma en que un estado de cosas que sea una creación social e histórica puede tratarse como un suceso natural o como resultado inevitable de características naturales.), la eternalización (los fenómenos socio-históricos son despojados de su carácter histórico al ser descritos como permanentes y siempre recurrentes.) y la nominalización (la transformación de las descripciones de acciones o participantes en sustantivos).

El Análisis Crítico del Discurso permite avizorar el marco ideológico del patriarcado que delimita el perfil de los actantes (Hombre/ Mujer; Formas tradicionales de Género/ Formas emergentes de Género), su comportamiento y

categorización sustentado en prejuicios sociales_ lo que demuestra su carácter histórico y cultural_ que definen su pertenencia o exclusión (Ellos/ Nosotros) y la atribución de determinados valores y actitudes.

Sin embargo, no siempre las estructuras ideológicas del discurso se expresan a través de la relación polarizada de los grupos, también pueden aparecer de forma subyacente. Van Dijk (2005) sugiere para el análisis del discurso ideológico las siguientes categorías: auto glorificación nacional, autopresentación positiva y descrédito a grupos exógenos, autoridad como portavoz del argumento, argumentos habituales, categorización, comparación, consenso, contrafáctico, descripción del actor, desmentidos, ejemplificación; el empleo de cifras; eufemismo, evidencia, expresión normativa, generalización, ironía, lexicalización, metáfora, populismo, presuposición, vaguedad, victimización.

Es, en ese sentido, fundamental el lugar del lenguaje, desde lo lingüístico y lo icónico- simbólico, en la generación y reproducción de la ideología machista. Los términos y expresiones, el lenguaje ambiguo, las figuras retóricas, la organización lingüística del discurso, la argumentación sobre la base de prejuicios y estereotipos, las metáforas... pero también el poder persuasivo y emotivo de la imagen y su poder expresivo cuando se acompaña de los recursos lingüísticos. (Manzano, 2005)

Bajo la supuesta objetividad de las imágenes "no construidas" sino tomadas de la "realidad" se articula un proceso complejo de denotación/ connotación en el que la imagen aparentemente desprovista de códigos (en tanto reproducción analógica de la realidad) alcanza la connotación en el proceso de recepción_ aunque no de manera explícita.

Es en el proceso mismo de elaboración (selección, encuadre, composición) donde se establecen, según Barthes (2007), los procesos de connotación: trucaje (interviene en el plano de la denotación sin previo aviso utilizando la credibilidad, es posible en la medida que existe una reserva de signos históricos cuyo significante es la actitud), pose (la lectura de los significados de connotación se obtiene a través de la pose misma del sujeto), objeto (el sentido connotado surge de los objetos que propician asociaciones de ideas de relativa

facilidad sintáctica), fotogenia (imagen connotada por técnicas de iluminación, revelado, impresión u otras técnicas fotográficas), esteticismo (para significarse a sí misma) y sintaxis (el significante de connotación no se encuentra en uno de los elementos de la secuencia sino en el encadenamiento).

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

En el contexto comunicativo también se apela habitualmente a connotaciones de hiperonimia, hiponimia y antonimia en las que el signo es connotado por significados que pertenecen a su extensión o viceversa, o que evocan a su opuesto o complementario.

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

La dimensión simbólica de la comunicación social se expresa a través de la función cognitiva/ referencial y la afectiva que enuncian dos formas de simbolismo: presentativo (mayor relación con las emociones por lo que posee una capacidad de evocación múltiple) y discursivo (articulado, textual). La combinación de ambas confiere una especial eficacia simbólica en tanto sugieren mucho más de lo que se expresa a nivel manifiesto. ()

1.1.2 Periodismo en TV

Las peculiaridades comunicativas de la televisión son inherentes a la tecnología que la compone y por tanto, constituyen un lenguaje particular,

síntesis de la prensa, la radio, el teatro, el cine... pero al mismo tiempo con sus especificidades. (Da Távola, 1991)

En el medio televisivo se exponen contenidos a partir del empleo de códigos expresivos "negociados" con las audiencias, que sumados a la verosimilitud de la imagen, forman parte de una especie de ritualización en el proceso de recepción al punto de convertirse en un componente substancial de la vida cotidiana (Pestano, 2008), en ciertas rutinas y hábitos ciudadanos (Cebrián en Ortells, 2011)

A propósito, los efectos sociales de la Televisión han sido objeto de estudio en teorías comunicológicas que refieren no ya los efectos a corto plazo sino la tesis de influencia substancial y duradera en el tiempo. En ese sentido pueden referirse los estudios de Noelle Neuman sobre la formación de la opinión pública, la teoría del cultivo, de la brecha del conocimiento, la sociología de la producción de noticias... estudios que confieren al medio televisivo la función de agente de socialización en tanto constructor y reproductor de imágenes y representaciones mentales de la realidad social. (Wolf, 1994)

La instantaneidad, verosimilitud y facilidad para establecer empatía son los elementos que definen el periodismo televisivo y que penden del componente audiovisual, sus características perceptivas y sus posibilidades expresivas: *"De las características ontológicas y cualitativas y de los principios generales de la información audiovisual se desprenden múltiples consecuencias para la elaboración de la información. Unas se refieren a orientaciones generales y otras a aspectos estilísticos"*... (Segura, 2006, p. 103)

Según Martini (2007), la noticia televisiva está presionada por los efectos de la inmediatez, y de la transmisión en directo. Por eso en televisión, *"la noticia es también el presente de lo que está sucediendo"*. (p. 3)

El lenguaje audiovisual consolida la apariencia de realidad a través de varios recursos. En la fotografía, habitualmente se utiliza una angulación normal o a nivel para dar sensación de que el objeto se observa desde la misma perspectiva, también en la posición que toma el presentador de telediarios para facilitar un diálogo "horizontal". El ángulo contrapicado sólo se utiliza para brindar magnificencia al objeto o sujeto fotografiado, aparentar superioridad

argumental o dramática. Por el contrario una angulación en picado minimiza la acción o al objeto. (González, 1989)

Otros recursos visuales sugieren una diversidad de significaciones según su empleo, es el caso de los movimientos de cámara. El pánico "sigue" la acción desde la posición de observador que no interviene, o ubica en el contexto. El tilt es similar y su función es descriptiva. En el travelling, la cámara se desplaza de lugar y avanza paralelamente a la acción: el observador "toma parte". En el dolly se produce un acercamiento o alejamiento desde una perspectiva muy real lo que provoca implicación. Por su parte, el zoom es un movimiento óptico por lo que la cámara no se desplaza, produce un efecto similar al dolly.

El efecto de presencia inmediata y de realidad se consolida también a través del montaje ya sea el realizado en postproducción o en vivo a través del conmutador o switcher. Con el corte directo no se proporciona una significación secundaria, es la forma más simple de transición y no rompe la continuidad. Las disolvencias equivalen a una especie de punto y seguido, enmarca el fin de una idea que da paso a otra. Las disolvencias continuas permiten una disociación temporal y produce una ruptura en la narración similar a un punto y aparte, para pasar de un tema a otro. Las cortinillas son efectos especiales, no disocian temporalmente, marcan el intercalado de un asunto o la variedad de un tema.

La información audiovisual se difunde fundamentalmente en dos variantes: novedad y reiteración. Las peculiaridades técnico- retóricas del medio especifican el lenguaje periodístico, que según algunos autores/ as (Arana, 1999) en la actualidad tiende a la homogeneización y estandarización en los géneros y recursos técnico- expresivos.

La actualidad, la periodicidad, la relación objetividad- subjetividad informativa, la densidad informativa adquieren nuevos rasgos que se suman a elementos que determinan la comprensión del mensaje asociados a la exposición como la capacidad perceptiva y retentiva, el ritmo, la atención, la fugacidad del medio y la capacidad de decodificación del receptor. En sentido general se establecen como pautas: la sencillez temática, de vocabulario y de estructura gramatical y

sintáctica; la reiteración; y la consecuencia o presentación ordenada de datos, exposición lógica y metódica de la información. (Segura, 2006)

Todas estas cuestiones determinan la forma de presentación del mensaje en televisión, desde la creación del concepto, la escenografía, la identidad gráfica, la estructura, el guion, el estilo, los/as conductores/as, el tiempo de transmisión, las transiciones, los planos y movimientos de cámara, angulaciones, el montaje... (Vera, 2003)

A diferencia del cine, la televisión necesita de un ritmo diferente, más dinámico y un manejo más intenso de las curvas de atención dramática, los planos generales sólo se utilizan para contextualizar mientras que predominan los primeros planos (muestran a los protagonistas y el suceso mismo) y los planos medios (describen el suceso, relacionan texto y contexto), además se beneficia de la expresividad de los rostros, y sobre todo posee un sincretismo estilístico único. (González, 1997)

El tratamiento sonoro se diferencia del cine por las particularidades en la recepción y los niveles de atención requeridos para cada uno de estos medios. La televisión habitualmente utiliza sólo dos planos sonoros: principal y secundario, que incluye las voces, el sonido ambiente, el silencio y la música (puede tener intención narrativa o como transición espacio temporal) (González, 1989). En los espacios informativos, acompañan las imágenes para proveerlas de un cierre semántico.

Según González (1997), el análisis de la obra televisiva_ lo que por supuesto, incluye al periodismo en televisión_ debe hacerse partiendo de su estética propia, respecto a los códigos visuales (fotografía, montaje, iluminación, efectos visuales, maquillaje y vestuario...), lingüísticos (adecuado lenguaje, pronunciación, dicción, entonación, énfasis...) y sonoros (balance de sonidos y silencios, calidad del sonido ambiente, empleo adecuado de la música incidental...).

El trabajo periodístico en televisión se desarrolla en tiempo real y a ello se une la complejidad de la propia práctica por lo que requiere una organización y coordinación afinadas basadas en prácticas rutinarias, que incluyen no sólo las formas organizativas del trabajo cotidiano, sino también una visión del mundo

asentada en un consenso acerca de la realidad, los imaginarios sobre la sociedad y sobre el propio trabajo periodístico y los valores que rigen la interpretación de los sucesos. (Martini, 2007)

La jerarquización de las noticias está mediada por las ideologías de los/as periodistas, la política editorial del medio, la disponibilidad del material, el público, las particularidades del medio, la competencia, el contexto, instituciones externas... (Shoemaker y Reese, 1991) que determinan los criterios de noticiabilidad: actualidad, proximidad, prominencia, interés humano, originalidad (Wolf, 1987), novedad, evolución futura de los acontecimientos, importancia y gravedad, magnitud por la cantidad de personas o lugares implicados, jerarquía de los personajes implicados, inclusión de desplazamientos. (Martini, 2007)

A juicio de Martini (2007), las nuevas tendencias televisivas imponen redefinir estos criterios por lo que se jerarquizan las llamadas *soft news*, basadas en la apelación emotiva y la espectacularización, y las informaciones de "último minuto": También aparecen en las agendas de los medios "nuevos problemas" o "*new issues*" relativos a fenómenos sociales como las migraciones, el desempleo, la ecología, la calidad de vida pero también el aborto, la violencia de género, la planificación familiar, el acoso sexual...

La verosimilitud en el discurso periodístico audiovisual obedece a los significados de verdad que operan en una cultura determinada y también a las reglas del género periodístico. (Martini, 2007)

Respecto a los géneros existe una bibliografía considerable con diversidad de criterios. Género es según Mauro Wolf (en García Asensio):

(...) modos de comunicación culturalmente establecidos, reconocibles en el seno de determinadas comunidades sociales. Los géneros, según esta acepción, se entienden como sistemas de reglas a las cuales se hace referencia (implícita o explícita) para realizar procesos comunicativos, ya sea desde el punto de vista de la producción o de la recepción. (p. 78 y 79)

Por lo que, no están limitados por temáticas sino por determinadas funciones y tratamientos, o sea, por su estructura formal, rasgos enunciativos, funcionales y contextuales.

Martínez Albertos (en García Asensio, 2009) propone una clasificación atendiendo a cuatro categorías: estilo (ámbitos genéricos), actitud (función comunicativa), géneros periodísticos (según su vinculación con el referente) y modos de escritura (modos de organización del discurso).

Precisamente la función o actitud de tratamiento de la información supone la existencia de dos grandes estilos o ámbitos genéricos: el informativo (story) y el de solicitud de opinión o editorializante (comment). De estos ámbitos se derivan los géneros informativos: noticia, reportaje, entrevista; interpretativos: crónica, reportaje en profundidad; y de opinión: artículo, editorial, suelto, columna, crítica.

La presente investigación se sustenta en las consideraciones de Mariano Cebrián Herrero (en Pérez y Basulto, 2013) que plantea las exigencias, en la teoría y la práctica, de una clasificación particular para el medio televisivo ya que a diferencia de la prensa escrita conforma su estructura a partir del relato y de su narrativa específica con cambios sustanciales en el plano del lenguaje y configuraciones discursivas propias, atendiendo a la multiplicidad de códigos que lo conforman, su narrativa particular y la presencia autorial y actorial del/ la periodista.

En ese sentido expone que se clasifican atendiendo a sus formas y funciones, no a sus contenidos, en tres paradigmas de géneros: expresivos o testimoniales (editorial, comentario, crítica y crónica), referenciales o expositivos (noticia, reportaje, documental, informe y docudrama) y apelativos o dialógicos (entrevista, encuesta, rueda de prensa, consultorio o interrogatorio, debate y tertulia). (García Asensio, 2009)

En los expresivos, el periodista expone sus criterios, interpreta la realidad o narra un acontecimiento. Emplean la exposición monologada. En el comentario y el editorial, los acontecimientos se convierten en motivación para la elaboración del producto comunicativo, predomina la opinión, se expone y

argumenta pero no se describe con detalle. La crónica y la crítica son géneros más interpretativos, con matices personales.

En los géneros referenciales la actitud o intención comunicativa es la de narrar hechos externos, comprobables en espacio y tiempo, elevados a categoría de acontecimientos. La finalidad es informativa, referencial y analítica y los modos de organización del discurso son narrativos y expositivos, aunque de manera fragmentada.

Haber (2013), sin embargo, refiere las posibilidades que brinda a estos géneros el recuento de los datos tomados de la realidad no ya desde una visión impersonal sino desde el convencimiento de que "no existe ni información objetiva ni lectura objetiva de la información". (p. 81)

En los géneros apelativos se muestran los hechos, ideas u opiniones a través del testimonio de expertos, testigos o protagonistas del hecho noticioso con presencia visual y sonora en la pantalla; valiéndose del diálogo a través de la formulación de preguntas. La finalidad es ampliar datos u obtener ideas u opiniones. (Cebrián en Pérez y Basulto, 2013)

Las características propias de estos géneros se expresan en la utilización de los diferentes elementos del lenguaje audiovisual lo que les confiere una forma discursiva particular.

Es preciso señalar que las nuevas tendencias se expanden hacia la mezcla de varios de estos géneros periodísticos, obteniéndose unos productos comunicativos mixtos en su discurso forma y multifuncionales, o sea, informativos pero a la vez persuasivos, educativos y entretenidos.

Es precisamente la hibridación de géneros una de las particularidades de la neotelevisión o televisión del espectáculo en la que el tiempo real, la dinámica de las nuevas tecnologías y la búsqueda desenfrenada de la dramatización y las emociones; la distancian del estilo informativo de la paleotelevisión y adquiere un carácter lúdico, más cercano al entretenimiento. (Gómez, 2005; Eco, 1983)

"En un intento por recuperar su posición dentro del mercado las televisiones se ven obligadas a buscar nuevas fórmulas que atraigan a la

persona telespectadora. Los contenidos se renuevan, se reinventan (...)

La información y los telenoticias, en sus inicios considerados espacios neutros, se convierten en un elemento más dentro de la lógica de mercado que mueve los medios de comunicación, se convierten en mercancía. El espectador- ciudadano se transforma para convertirse en un espectador consumista (Mozoncillo en Ortells, 2011)

Captar la atención no es suficiente, se requiere seducir, atrapar a la audiencia y en buena medida la superestructura del informativo lo logra a partir de la selección y organización de los contenidos, y la disposición de límites temporales y espaciales; según criterios de noticiabilidad y relevancia informativa, atendiendo a los ritmos de atención del espectador.

La superestructura organiza jerárquicamente las informaciones y la relevancia se expresa en el orden (mayor importancia los titulares, las primeras informaciones de los bloques), duración (a mayor duración, mayor información y mayor relevancia), cantidad (mayor cantidad de información, más facilidades para la comprensión, sólo si es mayor la duración), formato y la complejidad en la realización (mayor complejidad implica mayor relevancia informativa, empleo de determinado género).

Otra estrategia utilizada es la interactividad. La presentadora o presentador incorporan al discurso rasgos propios de la oralidad que dan sensación de espontaneidad, cercanía, confianza, credibilidad. El empleo de repeticiones, intercambios conversacionales entre periodistas y presentadores/as, las citas en estilo indirecto, los enunciados no oracionales y otros recursos sugieren un carácter dialógico que apela directamente a la audiencia.

Asimismo se recurre a la innovación en el aspecto formal, la estetización, el empleo de movimientos de cámara, conexiones en directo en movimiento y con cámara en mano, montaje con planos cortos y reforzados con música, incorporación de elementos gráficos... recursos en pos de la seducción y la apelación emotiva.

Algunos/as autores/as (García Asensio, 2009) atribuyen estas estrategias lúdicas y de fascinación a que los telediarios aún cuando tienen primordialmente función informativa, referencial y transaccional; se diluyen en el discurso general de la televisión y en su intención comunicativa dominante: entretener.

1.1.3 Noticia e ideología.

Según Burton (en Digón, s/f, p. 3), *“las noticias son inherentemente ideológicas ya que siempre constituyen una versión construida a partir de las fuentes de información y una versión selectiva de los acontecimientos. Toda noticia pasa por los procesos de selección y construcción”*.

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

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

Los telediarios apuestan por la instantaneidad a través del directo, lo que reafirma la veracidad y “objetividad” del medio. En algunos, es fundamental la mirada del presentador que establece una especie de “conversación” con la audiencia, se refuerza la cercanía, se recurre a giros lingüísticos para informar de la manera más rápida; a su vez, complementan, el tono de la voz, la

gestualidad... (Martini, 2007) De manera que el/ la presentador/a se muestra como *"la garantía de credibilidad del telediario"* (Ramonet, 2008, p. 28).

Si bien antes sólo ocupaban la pantalla el set y el/ la presentador/ a, sin exponer más allá de ese espacio, hoy la credibilidad se logra mostrando las interioridades del medio y los requerimientos y riesgos de la transmisión en vivo: micrófonos, cámaras, redacción, ampliación del espacio televisivo... (Mangieri, 1990) La autenticidad del acto de enunciación se garantiza mostrando el propio acto de enunciación a través de simulacros de tal enunciación. (Eco, 1983)

Según Ramonet (s/ f), la televisión ha recurrido a tres variantes en la retórica de la credibilidad: el anonimato del presentador a través de una voz en off que comenta las imágenes mostradas. *"Esta voz anónima (masculina en todos los casos) tenía una función casi divina: la de saberlo todo."* (p. 28) En el telediario norteamericano la credibilidad se basa en la relación del presentador o presentadora que mira a los ojos con franqueza y establece una relación de proximidad, propiciando lo que Eco (1983) considera como veracidad no ya del enunciado sino del acto mismo de enunciación. Mientras que en los de información continua la credibilidad se basa en la capacidad tecnológica de conectarse en directo con el acontecimiento, el efecto tecnológico permite la sensación de traslado de espectador a testigo.

Sin embargo, el empleo de determinados tiempos verbales, los recursos audiovisuales y lingüísticos, los marcadores epistémicos (sin dudas, por supuesto, obviamente)... desmienten la supuesta objetividad, el discurso de "verdad" que ha servido a la legitimación de formas hegemónicas de poder a través los medios de comunicación, que a su vez han sido históricamente legitimados por la sociedad.

El telediario es ante todo un discurso polifónico, intertextual (García Asensio, 2009), en tanto introduce y reproduce en su discurso, el discurso de otros/as actores sociales, cuestión que no sólo corresponde al estilo o a las limitaciones temporales sino que puede expresar criterios de relevancia y el distanciamiento enunciativo, lo que supone una actitud ideológica subyacente.

Las funciones de las citas son diferentes: argumentativa en las indirectas (es más evidente la función ideológica teniendo en cuenta el papel del/ la presentador/ a); persuasivas, referenciales, retóricas o de dramatización, en las directas (mayor distanciamiento enunciativo).

El acto de descontextualización mismo influye en la interpretación, por el marco en el que se recontextualizan las citas (códigos visuales, sonoros, lingüísticos).

El empleo de los verbos según su tiempo, valor axiológico, carácter valorativo posee asimismo un valor ideológico. Asimismo, el marco preparatorio de la cita incluye la presentación de la voz citada (nombre, forma de tratamiento a través de cargos, títulos...) y otros elementos optativos como las narraciones, descripciones, modalizaciones. Las marcas sintácticas, tipográficas y de puntuación se acompañan de gestos o marcas suprasegmentales como las pausas, cambios de intensidad o entonación.

La cita es, además, un recurso que utilizan los/ las periodistas para dar carácter testimonial, informatividad, credibilidad... pero al mismo tiempo manifiestan mayor importancia respecto a determinados/as actores sociales.

1. 2 Comunicación y Género.

1.2.1 Teoría de Género. Aproximación epistémica.

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

Este enfoque denuncia las dinámicas desiguales de poder entre los sexos y la imposición de una única representación social "dominante" de hombre o mujer, estructura anquilosada sobre la construcción de género que los movimientos feministas se encargaron de remover para visibilizar la diversidad en la expresión del género y hacer referencia a "masculinidades" y "feminidades",

que fueron relegadas a la exclusión o la negación por estos constructos hegemónicos.

Si bien los primeros análisis se centraron en la mujer, hoy se han extendido hacia el estudio de las masculinidades y de las diversidades sexuales. La actualidad del tema radica en la cada vez mayor incorporación de estos estudios en el ámbito académico, considerado como un campo teórico emergente en el que confluyen diversas disciplinas científicas. (Moya, 2010)

A principios de los años ´80 Jonathan Culler en su texto "Sobre la deconstrucción" refiere la impronta de la crítica feminista en las ciencias y su poder desestabilizador de los discursos hegemónicos, considerándola "una de las fuerzas de renovación más poderosas en la crítica contemporánea" (Culler en Araujo, s/ f, p. 55)

La propuesta feminista busca asistir a la construcción subjetiva y social de una nueva concepción del mundo a partir de la resignificación de la Historia, la cultura, la política y la sociedad; desde las mujeres y con las mujeres, en el orden personal, intelectual y afectivo, con incidencia en las prácticas individuales. Se trata de construir nuevos códigos, lenguajes y representaciones de la feminidad y la masculinidad. (Lagarde en Diéguez, 2014)

De los estudios sobre la mujer se produce un desplazamiento hacia investigaciones sobre la multiplicidad de construcciones de lo femenino y lo masculino. De modo que la noción de género remite a nuevos paradigmas y nuevos abordajes teóricos, pluralidad de conceptos, categorías y métodos, y en última instancia a la creación de espacios de negociación y comprensión: la construcción de la relación del yo con el otro: la relación de intersubjetividad. (de Lauretis, 2000)

La Teoría de Género pretende entender y explicar los procesos mediante los cuales la sociedad asigna juicios de valor, roles, atributos... a mujeres y hombres y la articulación de estas dinámicas en la conformación de las identidades. Devela las relaciones jerárquicas de poder que signa el proceso de interacción de las personas en el ámbito doméstico, privado y público,

sustentado en la construcción simbólica erigida sobre los cuerpos y las subjetividades. (Moya, 2010)

Según Moya (2010) en el plano epistémico resulta renovadora en el sentido crítico que se asume respecto a la supuesta objetividad del investigador. El feminismo académico cuestiona la neutralidad en las ciencias y revaloriza el papel de la subjetividad en el saber científico lo que constituye uno de sus aportes epistemológicos más relevantes: "lo vivencial forma parte de la realidad (...) la objetividad es subjetividad y viceversa". (p. 7)

Teresa de Lauretis en su texto "Technologies of Gender. Essays in Theory, Film and Fiction", de 1987, refiere el término "sujeto del feminismo" entendido como sujeto que está al mismo tiempo dentro y fuera de la ideología de género, consciente de ellos gracias a los discursos de género y que les permite una visión "desde otro lugar, fuera del campo de sus representaciones (...) al margen de los discursos dominantes" (De Lauretis, 2000. 62).

1.2.1.1 Circunvalando el Género.

Múltiples han sido los intentos por definir qué es género y cuáles son sus dimensiones. La teoría feminista asume género como simbolización cultural construida a partir de la diferencia sexual y que opera como orden cultural, con expresiones en la vida política, social y económica. Es "un filtro a 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, p.1)

Género es producto de la evolución histórica, es una categoría bio- socio-psico-econo-político-cultural. "Implica al sexo pero no agota ahí sus explicaciones" (Lagarde, 2008, p. 40) El género existe, precisamente, "en la medida en que la biología no determina lo social (...) el proceso histórico reemplaza a la evolución biológica como forma de cambio". (Connel, 2008, p. 117)

En el plano ético y psicológico destacan las observaciones de Marta Lamas que lo considera no sólo una clasificación cultural que define la división del trabajo y las prácticas rituales sino que al mismo tiempo "atribuyen

características exclusivas a uno u otro sexo en materia de moral, psicología y afectividad. La cultura marca a los sexos con el género y el género marca lo social, lo político, lo religioso y lo cotidiano". (Lamas en Fernández, 2012, p. 4).

Joan Scott incorpora al concepto, el contexto espacio temporal y las relaciones de poder concluyendo que es: " (...) *elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en la diferencia sexual –símbolos culturales, doctrinas sociales, nociones políticas, referentes institucionales y organizaciones, identidad subjetiva- y es también una forma de relaciones significantes de poder.*" (Scott en Fernández, 2012, p.4)

Scott (en Fernández, 2012) enfatiza que el género opera en múltiples campos evocando representaciones, conceptos normativos y símbolos que adquieren significado en las instituciones, organizaciones sociales y en el plano de la identidad subjetiva.

En ese sentido, resulta una categoría útil para el análisis histórico porque "proporciona una manera de decodificar el significado y de entender las conexiones complejas entre varias formas de interacción humana". (Moya, 2002, p. 3)

Según Scott (en Lagarde, 2008), la dimensión del género debe estudiarse a partir de las siguientes categorías:

1. **Carácter histórico:** se modifica a través del tiempo y el espacio de acuerdo al contexto histórico, es mutable y por ende variable.
2. **Ubicuidad:** Influye en la micro y macro esfera y se manifiesta en la división social-sexual del trabajo; el imaginario social; se legitima en los discursos, la ideología, la religión, el sistema educativo, los medios de comunicación masiva, la dinámica familiar y las relaciones interpersonales.
3. **Carácter jerárquico:** Se establece una relación de dominación/ subordinación a partir de la división que se establece entre hombres y mujeres y la diversidad de masculinidades y feminidades.
4. **Cultural:** cada cultura define lo masculino y lo femenino para el sostenimiento de lo instituido desde su imaginario, lo que explica las diferencias en los modelos genéricos y su comprensión en cada cultura.

5. Relacional: pauta las relaciones entre hombres y mujeres en todos los campos de actuación.
6. Contextualmente específico: requiere para su comprensión de la articulación de diferentes factores asociados a espacios, momentos y contextos históricos específicos, como clase social, etnia, raza, educación, edad, posición económica, religión... que aportan elementos diferenciadores para cada sexo

Los modelos basados en el género varían histórica y culturalmente, son componentes fundamentales de todo sistema social. La producción de estas construcciones culturales es una función central de la autoridad social, mediada por la interacción de instituciones económicas, políticas, sociales, religiosas...

Estas normas del género no se explicitan claramente sino que se transmiten de manera implícita a través del lenguaje y otros símbolos. (Conway, Bourque y Scott, 2000)

Como tendencia, los intentos de conceptualización establecen la relación sexo/género en la diferenciación promovida por los modelos genéricos hegemónicos. Un punto de transición importante resultan las reflexiones de Marcela Lagarde (2008) acerca del género como continua y particular construcción, modificable y que no está determinada de manera directa y mecánica respecto a los procesos biológicos.

Las consideraciones de Judith Butler (2001) y los estudios Queer convergen con este enfoque a partir de sus observaciones respecto al carácter performativo del género, entendido como espacio de innovación y "fabricación" que permite a cada persona la posibilidad de incluir nuevos significados a partir de sus propias historias de vida, fluctuando entre lo fijo y lo inestable. En el plano social estos argumentos proporcionan legitimidad a otras configuraciones de género fuera de los marcos restrictivos de dominación masculina y la heteronormatividad.

Según Judith Butler, no hay una identidad de género detrás de las expresiones del género sino que esta es performativamente construida por las mismas "expresiones" que se dicen, son su resultado. (Fonseca y Quintero, 2009)

1.2.1.2 Sistema sexo/ género, sustento de la inequidad.

Los términos sexo, sexualidad y género forman parte de un discurso que articula cuestiones biológicas con constructos simbólicos.

Foucault (en Butler, 2001) refiere a la sexualidad como organización históricamente específica de poder, discurso, cuerpos y afectividad que reproduce el "sexo" como concepto artificial que extiende y disfraza las relaciones de poder responsables de su génesis. Para Foucault, el cuerpo no es "sexuado" hasta que adquiere significado dentro del discurso de las relaciones de poder.

Joan Scott fue una de las primeras teóricas que evidenció cómo las diferencias biológicas constituían soporte de la desigualdad en las relaciones sociales y el establecimiento de símbolos culturales que sustentan las relaciones de poder. El género se expresa entonces como construcción simbólica de la diferencia sexual. (Moya, 2010)

Gayle Rubin (1996) bautiza el término como sistema sexo/ género para definir al conjunto de disposiciones por el que una sociedad transforma la sexualidad biológica en productos de la actividad humana y en el cual se satisfacen esas necesidades transformadas; de manera que cada cultura establece sus normas y modelos pero que siempre implican una estratificación por géneros.

Este sistema explica cómo actúa el aparato social sistemático que reproduce las relaciones desiguales entre hombres y mujeres y que hoy alcanzan dimensión de leyes naturales sobre la sexualidad y el comportamiento de las personas como la heteronormatividad, las estructuras de parentesco, la identidad femenina asociada a la reproducción o la división dicotómica entre espacio público y privado. Es precisamente la reificación, una de las estrategias más recurridas por la ideología machista.

Los sistemas de género se establecen con un carácter binario que opone lo masculino a lo femenino en un orden jerárquico y las respectivas asociaciones simbólicas relativas al género han variado. El estudio de estas contraposiciones permite dilucidar procesos sociales y culturales complejos en los que la diferencia entre hombres y mujeres no están expuestas de forma explícita. (Conway, Bourque y Scott, 2000)

Alicja Helman (2011) desplaza este dualismo biológico y refiere la modificación de la contraposición hombre/ mujer hacia lo que considera antagonismo hombre/ no hombre ya que *"no se concibe a la mujer en sus rasgos esenciales sino en oposición o referencia a ellos (...) destinada por naturaleza a completarlo"*. (p. 279) La rigidez de esta concepción binaria en la sociedad supone oposiciones complementarias y por ende excluyentes.

Teresa de Laurentis (en Moya, 2010) entiende al sistema sexo/ género no sólo como construcción socio- cultural sino también como aparato semiótico organizado a manera de representación y que asigna significados a las personas dentro de la sociedad. En ese sentido se establece una relación estrecha entre el discurso y el estatus del sujeto, que sirve de cimentación a las relaciones de poder que sustenta el sistema sexo/ género.

A juicio de Maffía (s/ f) es sobre todo Michel Foucault quien pone de manifiesto una conceptualización general y abstracta sobre el funcionamiento del poder y el discurso como vía de transmisión del poder.

El poder se ejerce mediante la producción de discursos que se autoconstituyen en verdades incuestionables. La verdad existe como forma de poder cuando a partir de ella se crea un determinado "código" mediante el cual se regulan las maneras de actuar o pensar de los individuos. (Maffía, s/f, p. 2)

En ese sentido cobra un lugar importante el lenguaje como estrategia para consolidar ciertas jerarquías de poder y en la formación de representaciones.

Entre el plano referencial y el plano del discurso, el emisor interpone sus nociones y modos de conocer, sus puntos de vista y creencias. Además, interpone su lenguaje, su estilo...De ahí que al analizar la dimensión referencial del discurso no accedemos a lo real tal como es

sino a la realidad discursiva, es decir elaborada por el emisor en un plano simbólico, cultural, expresivo. (Córdoba, 2004, p. 40).

Según la lingüista feminista Andrea Soledad Franulic (2015), el sexismo y androcentrismo en el lenguaje se articula a través de tres operaciones lingüísticas: invisibilización, tergiversión y parcialización o fragmentación; que se expresan en los diferentes niveles de la lengua_ lexical, morfosintáctico, semántico...

Por su parte, Cabeza y Pereira (2015) consideran que además de la estructura polarizada Nosotros/ Ellos, que describe Van Dijk; el sexismo lingüístico se sustenta en sistemas simbólicos a través de tres aspectos gramaticales y léxicos: el uso del masculino como genérico que indica la superioridad del hombre, el uso androcéntrico de la gramática prescriptiva (por ejemplo en el sistema nominal) y los repertorios lexicográficos de índole léxico- semántica con connotaciones sociales diferenciadas para cada sexo.

Precisamente el lenguaje es una de las formas más comunes de violencia y dominación simbólica junto a las clasificaciones sociales y otros hechos sociales y culturales. (Calderone, 2004)

Violencia simbólica es entendida así por Bourdieu (en Chaher, 2010), como aquella en la que *"a través de patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos transmite y reproduce dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales, naturalizando la subordinación de la mujer en la sociedad"*. (p.4)

La violencia simbólica impone una visión del mundo, de roles sociales y categorías cognitivas específicas y se expresa predominantemente a través de la invisibilización, el maltrato y la estereotipación. (Chaher, 2010)

1.2.1.3 Roles y Estereotipos de género

La división del trabajo asigna diferencialmente las tareas, espacios, recursos y beneficios que estas generen. El género como construcción social atribuye determinadas destrezas y habilidades a hombres y mujeres: rol de proveedor para el género masculino y rol de reproductora para el femenino. Estas

asignaciones poseen un carácter social que puede variar de acuerdo a las particularidades de cada cultura.

María Cecilia Alfaro (2008, p. 82-84) clasifica tres tipos de actividades según la división del trabajo por género:

1. Actividades reproductivas que son las relacionadas con la reproducción biológica, el mantenimiento de la familia, educación de la descendencia, cuidado de la salud, alimentación y atención a las necesidades de ancianos, dentro de la construcción de género, son concebidas como propias de las mujeres y prohibidas para los hombres, aunque sustentan el trabajo productivo no son valoradas económica ni socialmente.
2. Actividades productivas, generan ingresos o beneficios para consumo propio o venta en el mercado, se desarrolla en el ámbito público y se atribuye a los hombres en su rol de proveedores, son sobrevaloradas en la sociedad.
3. Actividades comunitarias, se realizan en la comunidad y se relacionan con la organización social. Hombres y mujeres desarrollan actividades en la esfera comunitaria, en grupos separados y los grupos de hombres reciben mayor reconocimiento social.

Masters y Johnson, en su libro "La sexualidad humana", definen el rol de género como *"la expresión de la masculinidad o feminidad de un individuo a tenor de las reglas establecidas por la sociedad."* (en del Valle y Estévez, 2013, p. 9) Cada cultura posee su propio repertorio axiológico y comportamental que delimita la masculinidad y la feminidad a partir de los propios procesos de socialización.

Por su parte, González y Castellanos (s/ f) consideran al rol de género como *"la expresión externa, conductual y pública de la identidad y se manifiesta a través de la manera particular en la que cada individuo interpreta, construye y expresa los modelos genéricos impuestos socialmente"*.

Las relaciones entre los géneros establecen filtros culturales que determinan la configuración de un perfil de género expresado en la sexualidad, los usos del cuerpo, las posturas, gestos... González y Castellanos (s/ f) definen el rol de género como la forma particular de cada individuo de interpretar, construir y

expresar en su conducta cotidiana los modelos que sobre lo masculino y lo femenino establece la sociedad y que suelen conformarse a partir de estereotipos sexuales.

A pesar de considerarse un fenómeno cultural, como norma organizadora de la vida cotidiana, los roles de género se han establecido en la sociedad como algo natural, dejando poco espacio a la inclusión o a la innovación individual. (Fernández en Diéguez, 2014) En ese sentido, se polarizan de forma rígida y estereotipada lo femenino y lo masculino.

Es precisamente el rol de género, uno de los procesos de mayor presión en la conformación de los estereotipos de género ya que son ideas preestablecidas, que se gestan socialmente y se atribuyen a hombres y mujeres, sólo por su sexo.

Históricamente la masculinidad se ha identificado con la racionalidad, la mente y la cultura mientras que la feminidad se relaciona con las emociones, el cuerpo y la naturaleza. Clasificaciones que en buena medida restringen espacio y el acceso a determinadas habilidades, capacidades y actitudes independientes de su sexo.

El trasfondo de esta contraposición binaria no es más que la expresión cultural en la que se consolida el acceso desigual al poder, legitima el poder masculino y la subalteridad femenina.

1.2.2 Construcción Social de Género en el discurso mediático.

Los medios de comunicación masiva, junto al lenguaje y otras prácticas sociales, son espacios en los que se construyen y circulan nuevas formas de representación social. Un análisis de su discurso permite develar las representaciones que confluyen en contextos sociales, históricos y culturales particulares. Existe una compleja e incesante interacción entre las ideas presentadas en los medios y en cómo las personas las asimilan, rechazan, traducen o negocian, de manera que adquieren sentido para ellas (*in ways that make sense for them*) (Livingstone en Morant, 1998)

Los significados se construyen a través del lenguaje y las imágenes visuales y dependen de las dimensiones sociales y cognitivas del sujeto, de sus capacidades interpretativas, pero también la realidad social impone sus condiciones de interpretación:

Las matrices socioestructurales y los entramados materiales en los que estamos inmersos definen nuestras rejillas de lectura, nuestras claves interpretativas y reinyectan en nuestra visión de la realidad una serie de condicionantes que reflejan nuestras inserciones en la trama socioeconómica y en el tejido relacional. (Ibáñez en Piñero, 2008, p. 11)

Interesantes conclusiones también se han gestado en el campo de los estudios de recepción respecto a las representaciones, a las que se provee de funciones cognitivas, afectivas y de carácter social:

La representación, en el campo de la comunicación, actúa organizando un conjunto de datos de referencia proporcionados por el producto comunicativo, en un modelo que posee algún sentido para el usuario o los usuarios de la representación (...) dan a la información un sentido que afecta el comportamiento; (...) son modelos para la cognición por lo tanto dan a la información un sentido que afecta el conocimiento (...) [o] son modelos intencionales dando a la información un sentido que afecta a los juicios de valor. (Serrano en Vidal, 2002, p. 101)

Martín Serrano refiere no sólo la inclusión de la comunicación sino de diversas formas de interacción, además de los valores y las convicciones, que conforman las representaciones:

(...) al recibirse un mensaje, este evoca a una o varias representaciones previamente existentes, las completa o las pone en

entredicho al ser portadora de una información extraña, a su vez, esas representaciones son los instrumentos que el sujeto tiene para construir un sentido a la nueva información que le llega (...) las representaciones son las estructuras de la subjetividad que intervienen más activamente en el proceso de recepción de los mensajes. Como ellas son constituidas en la interrelación sujeto individual-sujeto social-objeto, puede afirmarse entonces que el proceso de recepción no es puramente individual, sino que en él se sintetizan todas las mediaciones socioculturales que han intervenido previo al acto comunicativo y que se activan precisamente al evocarse las representaciones del individuo (en Vidal, 2002, p. 102)

Estos supuestos de Martín Serrano se enriquecen con el paradigma de las mediaciones de Jesús Martín Barbero incorporando un enfoque cultural a la comprensión del proceso comunicativo desde la cotidianidad familiar, la temporalidad social y la competencia cultural.

Se trata de un proceso muy complejo que incluye la representación que elabora el público respecto a los medios y sus especificidades *“de acuerdo a estas representaciones, será el uso, expectativas y estrategias asumidas, que modularán todo el proceso de consumo y recepción del mensaje”*. (Vidal, 2002, p. 102)

Las representaciones son entendidas como un auténtico discurso ideológico no institucionalizado, discurso social de la legitimación de la hegemonía sustentada en la división del trabajo y el lenguaje. Por su parte, la ideología no se concreta a un conjunto de representaciones, sino que implica una serie de instituciones productoras del discurso de legitimación y de las prácticas sociales que lo concretizan. (Páez en Mora, 2002, p. 22)

En ese sentido, debe destacarse el papel de los medios en la creación, transmisión y reproducción de las formas simbólicas. (Ibáñez en Piñero, 2008)

Este proceso de carácter simbólico proporciona códigos para la construcción de la realidad y la reproducción y diferenciación social_ reconocido por Bordieu como sistemas simbólicos y relaciones de poder_ lo que permite entender cómo se configura la sociedad a partir de la reconstrucción de patrones económicos, sociales, culturales y simbólicos que tienen como fin último contribuir a mantener el orden social o bien a modificarlo. (Ibáñez en Piñero, 2008)

Si bien las formas tradicionales de socialización: la familia, la religión, la escuela... constituyen sendas en el establecimiento y consolidación de las relaciones de poder; hoy, los medios se constituyen como escenarios por excelencia para la expresión y el sistema de creencias de las sociedades patriarcales.

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

La globalización de la información y la comunicación no sólo influye en el proceso de producción de los contenidos, en la circulación de la información, sino además, en los modos de producción del conocimiento y el pensamiento. Estas nuevas formas, y algunas no tan nuevas, pero recicladas para el siglo XXI, nacen heredando el sexismo de los procesos sociales que han primado hasta hoy, por lo que las experiencias de las mujeres, sus vivencias, necesidades y aspiraciones están ausentes o presentadas a conveniencia de la ideología androcéntrica. La reproducción de este sexismo a través del lenguaje, los contenidos, las imágenes, las presencias y las omisiones se origina en la sobrevivencia de concepciones, creencias y tradiciones arraigadas y asentadas en la cultura de la desigualdad. (Moya, 2010, p.9)

La inequidad se evidencia en lo mostrado y en las ausencias: *“las representaciones en los medios de comunicación de masas pueden actuar no sólo privilegiando ciertos valores y significados, sino también excluyendo o negando otros”*. (Morant, 1998, p. 4)

Según Morant (1998) las representaciones de lo femenino están determinadas por lo masculino y viceversa. *“Mientras los hombres son más frecuentemente juzgados por su estatus social, su inteligencia o su éxito material, las mujeres tradicionalmente han sido definidas en términos de su apariencia y su relación con los hombres”*. (p. 7)

Moya (2010) atribuye esta relación dual a las estrategias de perpetuación del pensamiento hegemónico androcéntrico como proceso de integración vertical y horizontal que encuentra una de sus manifestaciones fundamentales en la representación social del cuerpo de hombres y mujeres sobre el que se construye culturalmente el discurso de lo femenino y lo masculino, expresado de manera particular en los medios de comunicación. En ese sentido revaloriza el papel de estos en la conformación de lo femenino y lo masculino ya que estas visiones condicionan la emisión, construcción y apropiación de los mensajes emitidos a través de ellos.

Se presentan las mujeres como un todo único, homogéneo, sin reparar en su pluralidad y multiculturalidad, descontextualizadas de sus realidades particulares. Las mujeres de las culturas no hegemónicas son asumidas desde visiones “folkloristas”. Este aspecto, se reafirma además desde el propio tratamiento iconográfico de las imágenes que con frecuencia presentan solo fragmentos del cuerpo femenino. No es ya una mujer, sino unos glúteos, o unos pechos, o una boca entreabierta... (Moya, 2010, p.12)

A pesar de las nuevas representaciones que circulan en la sociedad como resultado de la diversificación de roles de la mujer, el discurso de los medios continúa expresando las formas tradicionales, estereotipos y roles. La

estrategia consiste en adaptar las viejas representaciones a los modernos valores e ideologías. Estudios sociológicos refieren la circulación, en la publicidad, no de una representación dominante, sino de múltiples imágenes de la masculinidad, aún cuando se reproducen roles y estereotipos tradicionales. (Morant, 1998)

El elemento social es esencial en las representaciones que se conforman y reproducen en contextos, culturas e ideologías concretas, determinando las interacciones entre los individuos y en buena medida su propia identidad. *“Como pensamiento constituido, las representaciones funcionan a manera de lentes a través de los cuales se dota de significado a la realidad social; al mismo tiempo, conforman un pensamiento constituyente porque contribuyen a elaborar la realidad social.”* (Ibáñez en Piñero, 2008, p. 11)

1.3 Consideraciones sobre el marco referencial

1.3.1 TV Camagüey por dentro...

El 24 de junio de 1985 salió al aire la señal de Televisión Camagüey que por aquel momento transmitía para los territorios de Ciego de Ávila y Camagüey. Su misión desde entonces consiste en satisfacer las necesidades informativas, culturales, educativas, y de entretenimiento al público de Camagüey, a través de una programación competitiva y participativa en correspondencia con los valores tradicionales y los principios de la Revolución Socialista. (ICRT, 2011)

Se han realizado importantes transformaciones en la parrilla de programación de TV Camagüey y desde el año 2014 se transmite por las frecuencias del Canal Educativo, de lunes a viernes, a partir de las 12 del mediodía hasta la 1 de la tarde y en el horario vespertino desde las 5 hasta las 6 y 30. Algunos de los usos más referidos en los estudios recientes de recepción son informarse y entretenerse. Siendo los espacios informativos los de mayor audiencia según estudios de audiencia. (Rosario, 2001; Prieto, 2002- 2007; Rodríguez 2008-2014; en Gordo, 2015)

Actualmente Televisión Camagüey cuenta con una estructura organizacional conformada por la Directora General, a quien se subordinan el Jefe

Administrativo, el Jefe de Producción y Técnica y la Jefa del Departamento de Programación e Información, del cual, a su vez, se deriva la Jefa del Grupo Informativo que supervisa el trabajo de los periodistas del canal y las corresponsalías municipales. (VER ANEXO 3)

El Departamento Informativo cuenta entre sus funciones generales la producción y realización de espacios informativos de acuerdo a la política de programación del ICRT, evaluación y capacitación de periodistas, cobertura periodística a hechos de relevancia local, aplicar la política editorial y el cumplimiento de la carta de estilo. El trabajo se organiza a partir de varias acciones como el consejo editorial, planes temáticos, reunión de coordinación, selección del material, colectivos de programas, comisión de calidad, capacitación. (ICRT, 2011)

Los cargos en el departamento son redactor reportero de prensa, redactor reportero de prensa (guionista), corresponsal nacional, comentarista deportivo, webmaster, técnico "C" en Informática, traductor "A", técnico "E" Diseño informacional; cada cual con determinadas funciones y tareas específicas.

1.3.2 Portada Informativa, los/ as primeros en la noticia.

Portada Informativa es un espacio noticioso que se transmite por el canal provincial TV Camagüey desde el 7 de julio de 2014 con una frecuencia diaria, de lunes a viernes, y un tiempo aproximado de 12 minutos. La salida al aire del programa se realiza en vivo, en el horario del mediodía y tiene como objetivo principal informar de forma amena y coloquial, con inmediatez, el acontecer noticioso de la provincia, Cuba y el mundo.

La realización de este producto audiovisual surge a partir de la necesidad de que TV Camagüey tuviera dentro de su estructura de programación un espacio informativo en el horario del mediodía que brindara informaciones económicas, políticas, sociales, culturales y deportivas de la provincia; además de reconocer la labor periodística de los principales medios digitales y ejercer la crítica periodística.

El conductor o conductora brinda información actualizada, a través de noticias comentadas y secciones; además, se hace un recorrido por los diferentes sitios

web periodísticos del territorio, el país y el mundo, resaltando los materiales de mayor repercusión.

Cuenta con 18 secciones que permiten una gran variedad de géneros periodísticos y una de las particularidades del programa es la posibilidad de propiciar el periodismo ciudadano a partir del "Fotorreporte" (televidentes envían fotografías sobre un suceso que afecte un hogar, barrio o comunidad y se comenta brevemente el hecho) y las "Miradas" (televidentes opinan sobre un tema determinado), propiciando la inclusión de una comunicación horizontal, participativa y más cercana a la realidad de los camagüeyanos y camagüeyanas. (VER ANEXO 4)

En PI labora un equipo joven, compuesto por siete periodistas- guionistas- directores/ as generales, además del equipo técnico- artístico. Esta composición permite que juventud y experiencia se integren para realizar un producto comunicativo que si bien está limitado por las condiciones tecnológicas y los procedimientos, sí cuenta con la motivación por elevar la calidad en el lenguaje periodístico y audiovisual, renovar los códigos con los cuales tradicionalmente ha trabajado la televisión camagüeyana y sobre todo, el interés por el conocimiento y la retroalimentación con el público.

Entre sus objetivos fundamentales se encuentra brindar con inmediatez, a través de la programación del mediodía de TV Camagüey, las noticias más relevantes del quehacer económico, político, social, cultural y deportivo de la provincia, el país y el mundo, acontecidas durante las últimas 24 horas; destacar el trabajo periodístico que realizan los diferentes sitios web; así como ejercer la crítica periodística y propiciar la participación de la población.

Todos los viernes tiene lugar el colectivo del programa con el principal objetivo de aprobar la política editorial de los temas que tratará el espacio durante la próxima semana, así como del equipo de realización para cada día, además de analizar y tratar otros asuntos propios relacionados con las rutinas productivas.

De domingo a jueves en el horario de la noche se realiza el montaje de las secciones y los materiales previstos para transmitir el siguiente día. La salida a exteriores con un equipo de mini-técnica tiene lugar en horarios de la tarde, el

martes y jueves para garantizar la realización de las secciones "Miradas" y "Reporte Especial".

2. Construcción Sociales de Género en el discurso periodístico de Portada Informativa.

2.1 Directrices metodológicas.

Portada Informativa tiene el propósito de ser un espacio inclusivo, con una mirada diversa a la realidad. Este objetivo implica, entre otras cuestiones, la transversalización de la perspectiva de género: utilizar un lenguaje inclusivo, visibilizar la diversidad sexual, brindar un tratamiento equitativo de género, incorporar estos temas a la agenda mediática sin clasificaciones genéricas, cuidar no reproducir roles y estereotipos de género en el discurso periodístico o las rutinas productivas...

Esta visión permite incorporar la dinámica del cambio en el discurso en tanto resultado de construcciones culturales y socio- históricas y por tanto " *pueden cambiar hacia una concientización de la equidad de género que contribuya con la armonía y a obtener mejores relaciones entre las humanas y los humanos.*" (Córdoba, 2004, p 4)

Sin embargo, el desconocimiento de la Teoría de Género, la carencia de estrategias de trabajo para un tratamiento periodístico inclusivo y otras cuestiones inciden en la reproducción de determinadas representaciones de lo femenino y lo masculino en la construcción periodística.

Se decide entonces realizar un estudio sobre la construcción social de feminidades y masculinidades expresadas en el discurso periodístico audiovisual de Portada Informativa, un diagnóstico que permita determinar las características de esas representaciones y cómo incide el contexto en su reproducción y jerarquización.

2.1.1 Problema de investigación

- ¿Cómo se construyen las feminidades y masculinidades en el discurso periodístico audiovisual de PI en el período de octubre de 2014 a enero de 2015?

2.1.2 Objetivo general.

- Objetivo general: Analizar la construcción social de las feminidades y masculinidades en el discurso periodístico audiovisual de PI.

2.1.3 Objetivos específicos.

- Determinar qué fuentes y actores de la comunicación participan, según las áreas temáticas, en el discurso periodístico audiovisual de PI.
- Describir cómo los elementos del lenguaje audiovisual, géneros periodísticos, las estrategias y estructuras discursivas, reproducen y jerarquizan determinadas construcciones sociales de feminidades y masculinidades en el discurso periodístico audiovisual de PI.
- Caracterizar las particularidades del contexto que intervienen en la reproducción y jerarquización de determinadas construcciones sociales de feminidades y masculinidades en el discurso periodístico audiovisual de PI.

2.1.4 Tareas específicas.

- ¿Qué fuentes y actores de la comunicación participan en el discurso periodístico audiovisual de Portada Informativa?
- ¿Qué relación existe entre las fuentes y actores de la comunicación y las áreas temáticas tratadas en PI?
- ¿Qué géneros periodísticos reproducen y jerarquizan una determinada construcción social de feminidad o masculinidad?
- ¿Cuáles estrategias y estructuras discursivas reproducen y jerarquizan una determinada construcción social de feminidad o masculinidad?
- ¿Cuáles elementos del lenguaje audiovisual reproducen y jerarquizan una determinada construcción social de feminidad o masculinidad?
- ¿Qué particularidades del contexto determinan la reproducción y jerarquización de determinada construcción social de feminidad o masculinidad?

2.1.5 Premisa

En el discurso periodístico audiovisual de PI se emplean géneros periodísticos, elementos del lenguaje audiovisual, estructuras y estrategias discursivas, así como fuentes y actores de la comunicación que reproducen y jerarquizan las construcciones sociales tradicionales de masculinidad y feminidad, aunque se incorporan formas emergentes de masculinidad y feminidad.

2.1.6 Conceptualización y operacionalización de las categorías de análisis.

Se establecieron como categoría de análisis: Construcción social de las feminidades y masculinidades y Discurso periodístico audiovisual.

Categoría de análisis: Construcción social de las feminidades y masculinidades.

Organización y representación simbólica de las masculinidades y feminidades que están sustentadas en tipificaciones y significados socialmente compartidos en torno a las prácticas, normas, conductas y valores atribuidos a hombres y mujeres. La construcción simbólica (social y mediática) de las masculinidades y las feminidades es un proceso que tiene como base la diferenciación sexual y da cuenta del status de los sujetos en la producción de sentido (Lagarde, 1990, Barbieri, 1990; Berger y Luckmann, 2001; Mayobre, 2002; Astelarra, 2003; Moya, 2010; González, 2010; Vasallo, 2012; en Muñoz, 2014)(López y Rodríguez, 2009; Vázquez, 2010) Se atribuye a mujeres y hombres ciertas destrezas y habilidades, lo que conduce a una asignación de tareas y responsabilidades particulares, de acuerdo con su identidad asignada; y su ubicación social. Esta división del trabajo también es específica de cada cultura, en una determinada situación geográfica de la comunidad, de acuerdo con la situación económica y el acceso a recursos para la producción y reproducción. (Alfaro, 2008)

Dimensiones:

- Construcción social de las feminidades:

Son características, construidas histórico-culturalmente, que se les atribuyen a las mujeres, constituidas en oposición a la masculinidad. No supone una estructura rígida, sino que varían en dependencia de la clase, raza, etnia, pertenencia religiosa, experiencias individuales, nacionalidad, posición geográfica, ideologías... (Moya, 2010)

- Feminidad tradicional:

Parte del orden patriarcal que concibe a la mujer como proclive a lo sentimental, lo natural, lo casto, lo puro, lo sensible, lo comunicativo. Exigencias sociales para las mujeres son ser dependientes, tiernas, sensibles, fieles, organizadas, comprensivas, laboriosas, buenas esposas y madres. La condición reproductiva de las mujeres es primordial para entender los roles que asumen en privilegio de lo doméstico, lo familiar y lo privado. La feminidad tradicional enfatiza también en las virtudes externas del cuerpo, visto como objeto del deseo masculino, y cambiado, transformado, estetizado en función del placer de otros y no del propio. El ser mujer significa “ser para los otros”: trabajar, pensar, cuidar a los otros. El modelo o esquema de feminidad se caracteriza por la dependencia, la subordinación y el servicio a los demás. Se le asignan roles reproductivos que son valorados ni económica ni socialmente. La sexualidad femenina se estima controlable, lo cual sitúa a la mujer como responsable de la regulación de la fecundidad y de la reproducción. (Moya, 2010; Alfaro, 2008; Álvarez, 2009)

- Feminidad emergente:

Reacciona contra el sistema patriarcal y la feminidad tradicional al transgredir lo instituido simbólicamente como femenino y los estereotipos de género. No solo supone una escalada hacia los espacios históricamente masculinos (institucionales, públicos, intelectuales, etc.), ni la independencia económica; sino que va más allá al elevar lo históricamente femenino a la relevancia social (cotidianidad, la cocina, la familia), al transgredir la maternidad como función sublimada de la existencia femenina y al asumir una sexualidad liberada y autónoma. (Hernández, 2008; Gordillo, 2008)

• Construcción social de las masculinidades:

Comprende características que social, cultural e históricamente, son impuestas por la sociedad en su conjunto y que son atribuidas a hombres. La masculinidad no es una cualidad esencial y estática, sino una manifestación histórica, una construcción social y una creación cultural que cambia de acuerdo con el espacio, tiempo y una sociedad determinada (Moya, 2010; Zapata, 2001; Minello, 2002)

- Masculinidad hegemónica:

Encarna la propuesta de dominio y perpetuidad del patriarcado, que garantiza la posición dominante de los hombres y la subordinación de las mujeres, además sostiene la prominencia de los valores tradicionales como la manutención económica, el dominio público, el ejercicio del poder y la violencia. Ser hombre, significa ser para sí. Características de la condición masculina son la constante competencia, debido a que ellos deben mostrar que tienen el poder; gozar de espacio y reconocimiento social; se potencia su capacidad para descubrir cosas y para aventurarse; su trabajo es visible y genera remuneración económica, tienen la propiedad de los objetos y de los recursos, deben tomar las decisiones; tienen el poder de dominio. Implica renunciar a la sensibilidad para mantener la dureza de carácter, mantener una constante actitud de competencia con agresividad, estar siempre en guardia para defender lo propio. La realización de su identidad implica opresión sobre otras personas o grupos. Se le atribuye rol de proveedor, jefe del hogar, independencia, fortaleza. Se les demanda una constante demostración de dicha hombría, expresada en tener éxito, poseer un cuerpo activo, fuerte y apto para cualquier trabajo, ser capaces de correr riesgos y tener un buen control de sí mismos. La sexualidad se ha reducido al concepto de instinto, por lo tanto, es incontrolable y natural. Estas construcciones sociales colocan a los hombres como espectadores en la propia procreación de los hijos, como figuras secundarias en su educación, (Alfaro, 2008; Álvarez, 2009; Minello, 2002)

- Masculinidad no hegemónica:

“Es pacífica en lugar de violenta, conciliadora en lugar de dominante, casi incapaz de dar un puntapié a una pelota de fútbol, indiferente en la conquista sexual” (Connell, 1995 en Gordillo, 2008, p. 93). Existen también

masculinidades que suelen no responder a los cánones hegemónicos: homosexuales, bisexuales, metrosexuales, minorías raciales, étnicas, religiosa; quienes subvierten la masculinidad hegemónica reconocen su malestar ante la masculinidad heterosexual dominante, se enfrentan a la imposición de roles genéricos o rechazan la interpretación de masculinidad como relación de poder. (Zapata, 2001; Minello, 2002)

Categoría de análisis: Discurso periodístico audiovisual.

Forma de construcción de la realidad a partir de estructuras y estrategias discursivas, y determinadas fuentes de información que utilizan los medios de comunicación con el objetivo de informar, interpretar u opinar sobre sucesos que tienen lugar dentro y fuera del sistema social, según las líneas editoriales reguladas por cada medio. Se presenta como una interfaz discursiva que articula texto y contexto, por medio de un sistema que produce significación en consecuencia con los intereses del emisor y a través de un tratamiento específico del discurso (Van Dijk, 1999) que en el medio televisivo se construye a partir de los elementos del lenguaje audiovisual.

Dimensiones:

- Estructuras discursivas:

Se agrupan para su análisis en dos categorías: estructuras locales o micro estructuras y estructuras globales o macro estructuras (explica lo esencial o el resultado del texto como un todo). Ambas se interrelacionan de manera que cada una determina a la otra: los significados globales se derivan de los significados locales del texto, y viceversa. (Van Dijk, 1983) La macro estructura determina el contenido del texto y al mismo tiempo el texto posee estructuras globales que lo caracterizan y se ordenan de manera jerárquica, a manera de esquema (superestructura) (Van Dijk, 2001 a)

- Superestructura: Para el análisis de la superestructura del discurso total, se utilizan las categorías propuestas por la filóloga María de los Ángeles García Asensio:

- I. Cabecera.
- II. Apertura
- III. Resumen de apertura.
- IV. Resumen Intermedio

- V. Resumen de cierre.
- VI. Relato.
- VII. Término.
- VIII. Créditos.

A partir de las características expuestas por García Asensio, se realizó un análisis de la superestructura de Portada Informativa y se llegó a la conclusión de que sólo se utilizan: Cabecera, Apertura (que incluye Resumen de apertura), Relato, Término y Créditos. La categoría Resumen intermedio se utilizará para referir poste de señal.

- Respecto a la Superestructura de la noticia García Asensio (2009) sugiere dos categorías:
 - I. Resumen (Titular y ocupa posición jerárquica en resumen de apertura, intermedio o cierre)
 - II. Relato (entradilla, Acontecimientos previos recientes, Antecedentes Consecuencias, Comentarios, Síntesis de cierre)
- Macroestructuras: Con unidades mayores del discurso como los párrafos, secciones o el discurso como un todo. Son semánticas y deben formularse en forma de proposiciones organizadas jerárquicamente, pueden estar expresadas o inferidas en el texto a través de macrorreglas que definen qué información es importante para el texto como un todo (revelan las intenciones comunicativas, actitudes, conocimientos, opiniones e ideologías del periodista o la institución y se resumen en el titular o el lead, poseen mayor poder mnemotécnico por tanto, mayor poder en la transformación de creencias y opiniones), qué generalizaciones pueden efectuarse y qué información puede agruparse conjuntamente dentro de una clasificación más global, o sea, mediante una macroproposición (Van Dijk, 1983)
- Microestructuras: Caracterizan a las palabras, oraciones, frases y las relaciones entre estas. Para el análisis del discurso como acción social Van Dijk (en Mengo, 2004) refiere varios niveles de estructura:
 - I. Sintaxis: Uso de pronombres, construcciones pasivas, estilo en tanto conjunto de elecciones que se hacen entre las posibles estructuras de la forma sintáctica en un discurso en particular, formalidad del registro, estructuras específicas de género.

II. Significado e interpretación: el análisis léxico es el componente más obvio del análisis ideológico del discurso.

III. Propositiones: son cuestiones que organizan actitudes ideológicas y tales percepciones pueden ser proyectadas directamente en estructuras proposicionales y sus formulaciones sintácticas activas, pasivas, nominalizaciones...

IV. Lo implícito y lo explícito la función ideológica de ocultar los hechos o condiciones sociales o políticas "reales" del discurso puede ser manejada semánticamente mediante diversas formas:

- Estrategias discursivas:

Expresan creencias ideológicas y las posiciones sociales y personales que derivan de ella. Tanto en las estructuras superficiales gráficas y fonológicas, así como en estructuras sintácticas y semánticas, encontramos patrones y estrategias similares de expresión y manejo de modelos mentales parciales. La información preferida, consistente o que sirva a los propios propósitos será enfatizada, destacada, hecha explícita y prominente, mientras que lo contrario es cierto para la información no preferida. Habrá una mayor posibilidad de que los receptores activen antiguos modelos preferidos o construyan modelos nuevos de acuerdo con las metas e intereses del hablante, si no existe información alternativa.

Como en casi todas las estrategias en el nivel semántico, tales formas señalan y enfatizan nuestras buenas acciones, y sus acciones negativas. Lo que es preferido en los modelos mentales no resulta sólo de metas e intereses personales, sino también de actitudes e ideologías basadas en los grupos. Una variedad de estructuras discursivas y estrategias pueden ser usadas para expresar creencias ideológicas y las opiniones sociales y personales que derivan de ellas. La estrategia de conjunto de toda ideología, parece ser la auto-presentación positiva y la presentación negativa de los otros. (Meersohn, 2005)

- Autopresentación positiva de nosotros y presentación negativa de los otros.
 - I. Resaltar nuestras buenas propiedades y acciones.
 - II. Resaltar sus buenas propiedades y acciones.
 - III. Mitigar nuestras malas propiedades y acciones.
 - IV. Mitigar sus malas propiedades y acciones.

- Argumentación.
 - I. Empleo selectivo de fuentes.
 - II. Uso de cifras.
 - III. Presentación y orden de argumentos.
 - IV. Apelación emotiva.
 - V. Juicios interpretativos y categóricos.
 - VI. Descripción detallada.
 - VII. Ejemplificación.
 - VIII. Posición del emisor.
- Comparación negativa
- Lexicalización negativa.
- Categorización.
- Concesión aparente.
- Hipérbole.
- Generalización.
- Frases hechas.
- Expresión normativa
- Consenso
- Ironías
- Interrogación retórica
- Aliteración
- Intencionalidad.

- Repetición.
- Supresión.
- Sustitución.
- Presuposición.
- Vaguedad.
- Victimización.

- Tratamiento de las fuentes de información:

Para la presente investigación se tendrán en cuenta la diferenciación de fuentes de información como protagonistas, expertas o anónimas; relacionándolas con diversidad sexual, edad, raza, posición económica, religión, nivel educacional, nivel ocupacional. También se considerará las relaciones entre géneros y el espacio de interacción. Además de la posición del/ la periodista respecto a la fuente: de cuestionamiento o aceptación, teniendo también en cuenta las maneras de citar (directa, indirecta, actante) y su significación simbólica ya que marca el distanciamiento y nivel de aceptación.

- Política editorial:

Son temáticas que se definen como de mayor importancia, con líneas trazadas que se determinan según el consenso entre directivos/as y periodistas. (Díaz Bardón, 2009) Según el doctor Julio García Luis (en Legañoa, 2007), política editorial, en el contexto cubano, es la traducción de la agenda del sistema político a la prensa. Esta agenda no necesariamente está formalizada, no tiene que existir un documento, modelo, o acontecimiento que se pueda tomar como punto de referencia para fijar la política informativa, sino que muchas veces es resultado de la práctica, de la interacción constante entre estos dos entes de poder. Se puede decir que existe una estrategia informativa planteada en grandes líneas, pero la experiencia y creatividad profesional —de periodistas y directivos en decisiones unilaterales o conjuntas—, indican cómo debe ser el seguimiento de cualquiera de estos tópicos.

- Géneros periodísticos:

Son formas de producción informativa o modalidades de configuración audiovisual que emplean los/as periodistas para transmitir la información. Estructuran los datos existentes y suponen cierta disposición psicológica del pensamiento o cosmovisión del autor para orientar con claridad al destinatario a partir de tres actitudes ante la realidad y tres modos de configuración: expresivo, referencial y apelativo (Cebrián Herreros, 1992 en Gordo, 2015).

- Géneros expresivos y testimoniales.

- I. Editorial.
- II. Comentario.
- III. Crónica.
- IV. Crítica.

- Géneros referenciales o expositivos.

- I. Noticia.
- II. Reportaje.
- III. Documental informativo.
- IV. Informe.
- V. Docudrama.

- Géneros dialógicos o apelativos.

- I. Entrevista.
- II. Encuesta.
- III. Rueda de prensa.
- IV. Consultorio o interrogatorio.
- V. Debate.
- VI. Tertulia.

- Contexto:

Reconstrucción teórica de una serie de rasgos de una situación comunicativa que son parte integrante de las condiciones que hacen que los enunciados den resultados como actos de habla. (Van Dijk, 1992) La teoría del contexto explica cómo los participantes son capaces de adaptar (la producción y la recepción/interpretación) del discurso a la situación comunicativa interpersonal-social. Los contextos nos dan cuenta de cómo la significatividad del discurso no sólo reside en su nivel micro estructural, sino también en su globalidad. Un

contexto explica lo más relevante en la información semántica de un discurso como un todo. Al mismo tiempo define su coherencia global, qué es relevante para los participantes del discurso en una situación social dada, y de acuerdo a estos criterios de relevancia los participantes actúan en relación a como se va dando en la práctica el evento comunicativo. Relaciona los procesos cognitivos, representaciones y factores socioculturales. (Meersohn, 2005; Van Dijk, 2001 b)

- Lenguaje audiovisual:

Es un lenguaje con retórica propia, conformado por códigos visuales, sonoros y lingüísticos que interactúan de manera que la significación del discurso depende de la lectura completa e integrada de estos códigos.

- Códigos visuales:
 - I. Planos.
 - II. Ángulos.
 - III. Movimientos de cámara.
 - IV. Cromática.
 - V. Proxémica.
 - VI. Cinésica.
 - VII. Iluminación.
 - VIII. Maquillaje y vestuario.
- Códigos sonoros:
 - I. Música.
 - II. Efectos sonoros.
 - III. Silencio.
- Códigos lingüísticos (sólo se conciben en este acápite los escritos)
 - I. Infografía

II.1.7 Unidad de análisis.

Programa Portada Informativa, de Televisión Camagüey.

II.1.8 Tipo de investigación en Comunicación.

Alonso y Saladrigas (2002) refieren la presencia de dos modalidades básicas en el estudio de la Comunicación: Comunicológicas e Investigaciones para la Producción. El presente estudio tiene como objetivo general caracterizar la construcción social de las feminidades y masculinidades en el discurso

periodístico audiovisual de Portada Informativa por lo que corresponde a las primeras:

Las comunicológicas son aquellas que estudian los procesos comunicacionales desde una perspectiva teórica o teórico aplicada, o sea, diagnóstico y evaluación de campañas, estrategias, acciones y mensajes comunicativos. (p. 54)

Estas últimas, además pueden clasificarse según la esfera de Comunicación que abordan: comunicación de masas (medios impresos, medios sonoros, medios audiovisuales y nuevas tecnologías), comunicación institucional, (comunicación organizacional, comunicación publicitaria, y relaciones públicas), comunicación comunitaria grupal, educativa (comunicación comunitaria, comunicación pedagógica o educativa y comunicación en grupos) y según el momento del proceso comunicativo que estudian: estudios de emisores (instituciones de comunicación, procesos productivos), estudios de mensajes, estudios de recepción y efectos, estudios teóricos y estudios históricos.

Según estas clasificaciones, la investigación corresponde a comunicación de masas y estudios de mensajes, aunque para ello sea necesario reflexionar sobre los procesos de producción de la noticia.

II.1.9 Perspectiva metodológica

Según Orozco (1997), la comunicación es un campo interdisciplinario. En nuestro estudio resultaron muy oportunos los postulados de la Teoría de Género y Teorías de la Comunicación_ en lo particular las concernientes a la Sociología de la producción de noticias, Lenguajes del Periodismo y Semiótica. Este enfoque interdisciplinario provee de las herramientas teórico-metodológicas necesarias para realizar un análisis del tema a partir de una perspectiva cualitativa ya que según el investigador cubano Fernando González Rey (en Alonso y Saladrigas, 2002) la construcción del conocimiento no es resultado de una serie de datos verificados_ no es resultado directo de las técnicas y métodos de investigación_ sino del proceso mismo de

construcción en el que estas adquieren sentido en la construcción teórica del/ la investigador/ a.

Se trata de un proceso abierto y orientado hacia formas complejas de comprensión del objeto de estudio y el proceso de conocimiento sobre la subjetividad se expresa en unidades complejas, irreducibles a variables simples susceptibles de operacionalización; además con carácter interactivo. Su diseño flexible permitió un mejor acercamiento al objeto de estudio, ajustándose al contexto y a los resultados que se fueron obteniendo en el proceso de la investigación.

II.1.10 Tipo de estudio.

El propósito de los estudios descriptivos es *“caracterizar un determinado fenómeno, especificar sus propiedades, rasgos o tendencias”*. (Alonso y Saladrigas, 2002) por lo que la presente investigación es de tipo descriptivo porque más allá de buscar las explicaciones e interrelaciones del fenómeno, intenta descubrir las particularidades de la construcción de feminidades y masculinidades en el discurso periodístico audiovisual de PI.

Es además, un estudio de caso único inclusivo ya que centra su análisis en una sola unidad de análisis. Este tipo de diseño según Lankshear y Knobel (2000) permiten comprender mejor un fenómeno ya que es un estudio profundo y con abundancia de detalles. Asimismo, posee un alto valor heurístico ya que permiten hacer comparaciones con casos similares o relevantes en sus propios campos de experiencia a fin de aplicar los descubrimientos de determinado estudio a su propio contexto o situación; lo que apunta las posibilidades que brinda para la transmisión de conocimientos.

Según Van Dijk (1994) estos estudios, privilegiados por el Análisis del Discurso, suponen implicaciones más generales aún cuando estén determinados por cuestiones que especifican el discurso desde la individualidad. En ese sentido deben referirse cuestiones como las categorías sociales y la influencia de otras estructuras como las cogniciones sociales de grupo.

II.1.11 Tipo de diseño

Hernández Sampieri (2006) refiere la existencia de dos tipos de diseño: experimental y no experimental. Este estudio corresponde a los segundos ya que no se construye una situación sino que se observan fenómenos ya existentes, en su contexto, para luego analizarlos. Este tipo de diseño según Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2003) puede clasificarse, por su dimensión temporal o el número de momentos o puntos en el tiempo en los cuales se recolectan datos, en transeccionales o longitudinales.

Los longitudinales estudian cómo evoluciona el fenómeno y sus partes, mientras los diseños transeccionales recolectan datos en un sólo momento, en un tiempo único y su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

Según estos criterios, la actual investigación corresponde a un diseño no experimental y transeccional, ya que no se manipula el fenómeno objeto de análisis y se realiza el estudio a partir de la revisión de un momento de su evolución_ se establecen las características del discurso periodístico audiovisual de PI en un período específico, desde octubre de 2014 hasta febrero de 2015.

II.1.12 Criterio muestral.

Se utilizaron dos muestras no probabilísticas, intencionales, por criterio de la investigadora

Para el método de Análisis Crítico del Discurso se definió como muestra seleccionar del total de programas de Portada Informativa emitidos desde octubre hasta febrero de 2014, aquellos en los que se trabajaran temáticas relacionadas con el género. De esta manera se podría analizar el tratamiento discursivo de estas cuestiones y en los materiales que no correspondieran con el tema podría evaluarse la transversalización de género. La muestra seleccionada fue de 15 programas. (VER ANEXO 5)

Para la entrevista en profundidad se determinó que del total de la población_ que corresponde a periodistas, personal técnico- artístico y directivas de Televisión Camagüey_ se aplicara la técnica a quienes tienen una relación más

directa y constante. Esta técnica se aplicó a 4 periodistas hombres y 3 mujeres con vinculación a la realización de PI, como guionistas, en coberturas periodísticas y en la dirección general del programa, y a 1 comentarista deportivo, que además realiza la locución en off y en ocasiones, la conducción del programa. También a parte del equipo técnico- artístico, en un grupo compuesto por 3 camarógrafos y 1 camarógrafa, 2 editores y 1 locutora, que en ocasiones realiza la conducción. Se aplicaron además a la directora del canal, la Jefa del Dpto. de Programación y a la Jefa del Grupo Informativo, lo que suma un total de 18 personas, 10 hombres y 8 mujeres. (VER ANEXO 6)

II.1.13 Métodos y técnicas.

Se utilizaron como métodos teóricos el análisis- síntesis y la inducción- deducción.

Según Sandoval (2002) el primero de estos métodos es una unidad dialéctica importante para el desarrollo de la investigación ya que permite identificar por partes el objeto de estudio y luego establecer la relación existente entre esas partes para poder reconstruir el todo. En ese sentido, resultó muy útil en el procesamiento de la información que conforma el marco teórico y posteriormente para el proceso mismo de obtención de resultados ya que facilitó estudiar cada una de las partes que conforma el objeto de esta investigación para luego establecer conexiones entre ellas.

La inducción es un procedimiento mediante al cual a partir de hechos singulares se realizan proposiciones generales, y unida a ella como parte del conocimiento dialéctico de la realidad se encuentra la deducción que se apoya en generalizaciones a partir de las cuales se realizan demostraciones o inferencias. (Calderón, 2002) La inducción permitió la elaboración de la premisa de la investigación mientras que la deducción contribuyó a la determinación de enunciados a manera de conclusiones.

Los dos procedimientos se complementan y permiten que a partir del estudio de casos particulares se llegue a generalizaciones y estas, a su vez, constituyen punto de partida para definir o confirmar formulaciones teóricas de

las que se deducen nuevas conclusiones lógicas, que son sometidas a comprobaciones experimentales.

Asimismo, se empleó la técnica de entrevista en profundidad, proceso comunicativo por el cual se obtuvo información relevante. Según Alonso y Saladrigas (2002), es una técnica cualitativa cuyo objetivo fundamental es construir el sentido social de la conducta de individuos o grupos, mediante la recogida de un conjunto de saberes privados, y muy útil para el estudio de individualidades en relación con conductas sociales específicas (en este particular respecto a la construcción social de masculinidades y feminidades) y sistemas de normas, valores, imágenes, creencias y estereotipos.

La aplicación de esta técnica permitió_ a través de la interacción y un diseño más flexible (VER ANEXO 7), teniendo en cuenta las características del/ la entrevistado/ a_ un mejor acceso a información más específica sobre experiencias, motivaciones, información, imágenes... que conforman la construcción social de géneros desde la individualidad. Permitted además indagar respecto a campos semánticos y discursos arquetípicos de género no sólo desde la información brindada verbalmente sino a través de códigos no verbales.

Como método empírico se utilizó el Análisis Crítico del Discurso según Teun A. Van Dijk, además de la incorporación de los aportes sobre las superestructuras de los telediarios y el empleo de las citas, de García Asensio (2009).

Según Santander (2011) la lengua escrita u oral no es el medio exclusivo de representación y comunicación, por lo que existen dos orientaciones para el análisis discursivo en dependencia de la naturaleza de los elementos a estudiar. En el caso de los signos lingüísticos sería un Análisis de orientación lingüística y en los que corresponden a otro tipo de material, sería de orientación semiótica. En el caso que compete, por tratarse de un medio audiovisual, deben tenerse en cuenta los textos en su sentido tradicional y además, productos semióticos como la imagen o el sonido.

El análisis del discurso tiene un carácter interdisciplinario que vincula lingüística, estudios literarios, antropología, semiótica, sociología, psicología social y cognitiva, teoría de la comunicación... (Valles, 1999) Este enfoque

enriquece su teoría y metodología, y permite analizar los discursos que circulan en la sociedad.

Santander (2011) considera que este método se ha convertido en una herramienta útil y recurrida por las Ciencias Sociales no sólo por sus potencialidades teóricas y metodológicas, sino por la valoración epistémica que se atribuye al discurso en la actualidad como dimensión crucial en el establecimiento de las relaciones sociales, en la construcción de la realidad social.

No se trata sólo de un análisis descriptivo y analítico, es también un análisis social y político [cuyo objetivo principal es] saber cómo el discurso contribuye a la reproducción de la desigualdad y la injusticia social determinando quiénes tienen acceso a estructuras discursivas y de comunicación aceptables y legitimadas por la sociedad. (Van Dijk, 1994, p. 5)

En el plano de la ideología estos estudios son fundamentales, Fraser (en Santander, 2011) considera que se atribuye una importancia mayor al discurso desde los años ochenta con el surgimiento de lo que él llama "las luchas a favor del reconocimiento de las diferencias", en torno a temas como la sexualidad, la etnicidad y el género.

Precisamente a esta línea del estudio del discurso entendido como acción social se le nombra Análisis Crítico del Discurso.

El abuso de poder, el control, la dominación, el sexismo, la homofobia, el racismo y el clasismo, la pobreza, entre otras, constituyen problemáticas sociales que exigen un análisis multidisciplinario profundo, en donde se logre aportar para la comprensión misma de la dominación y su transformación. Es desde esta perspectiva que los *Estudios Críticos del Discurso* (ECD) se erigen como un campo de investigación social y discursivo idóneo en la interpretación, el análisis y la subversión de la

dominación, debido a que aplican el principio que el abuso de poder no solo se produce y reproduce como práctica coercitiva, sino también como práctica sociodiscursiva y cognitiva. (Londoño, 2009; 1)

Para la presente investigación se utilizaron categorías empleadas por Van Dijk para el estudio del racismo en la prensa y que según el propio Van Dijk (1994) resultan muy útiles para desentrañar las cuestiones relativas al sexismo en el discurso, así como para la articulación de formas de resistencia o transgresión al poder, conocidas como contraideología. (VER ANEXO 8)

2.2 Análisis de los resultados.

Los resultados del método y la técnica aplicada muestran que mayoritariamente existe un interés en la incorporación de temáticas relacionadas con el género, la diversidad sexual y la inclusión de esta perspectiva en el lenguaje periodístico audiovisual. Son escasas las opiniones que difieren de estas intenciones considerándolo innecesario en espacios informativos y sí en aquellos que cumplen función de orientación.

Respecto al tratamiento a la diversidad sexual, si bien predominan actitudes de aceptación, en ocasiones en la entrevista se muestra una actitud discriminatoria que es más marcada en variantes muy específicas como la bisexualidad y el travestismo vistos desde estereotipos asignados socialmente. Se atribuye precisamente al interés predominante en el tratamiento de estas cuestiones que existan intentos por resaltar el papel de la mujer en ramas como la economía ("Mujeres rurales y su papel en la economía" sección Cuba en la Web del 14 de octubre, "Ma. Teresa Martínez subdelegada de Inversiones de Recursos Hidráulicos de Camagüey" Sección Camagüey del 7 de enero, "Gladys Bejerano contralora general de la República de Cuba" Sección Cuba 22 de enero), la cultura ("Homenaje a Rosita Fornés" Sección Cultural del 2 de diciembre, "Escritora Mayra Bustamante publica libro sobre Alicia Alonso" Sección Cultural del 16 de diciembre, "Obra de Alicia Alonso" Sección Cultural de 22 de enero; "Presentación del grupo Mujeres, fuente de creación en el

Festival de Teatro" Sección Cultural del 7 de octubre, "Sara González" Sección Cultural del 3 de noviembre), educación, ciencia ("Primera astronauta italiana que viaja a la Luna" Sección Mundo del 25 de noviembre, "Premio Nobel de Medicina" Sección Mundo 14 de octubre), salud ("Se traslada a España la auxiliar de Enfermería voluntaria infectada por ébola") y política ("Premio Nobel de la Paz a Malala" Sección Mundo del 16 de diciembre, "Alina Balseiro en la Comisión Electoral" Sección Cuba 7 de enero, "Declaraciones de la directora general de la UNESCO Irina Bukova respecto a la destrucción del patrimonio cultural de Irak" en Sección Cultural del 3 de noviembre, "Declaraciones de senadora mexicana Dolores Padierna sobre las relaciones Cuba- Estados Unidos" Sección Cuba del 20 de enero), el respeto a la diversidad sexual, el enfrentamiento a diversas formas de violencia de género (emisión día 25 de noviembre, Sección Camagüey del 24 de noviembre), el reconocimiento de los derechos jurídicos de las mujeres y de la diversidad sexual, la divulgación de eventos sociales, científicos y culturales asociados a la equidad de género (Sección Camagüey del 24 de noviembre, Sección cultural del 2 y 8 de diciembre y del 20 de enero), la visibilización de mujeres que han tenido un papel importante en la historia ("Hermanas Mirabal" Sección Fotorreporte del 25 de noviembre)...

Sin embargo, no se cuenta con solidez teórica respecto a la Teoría de Género y esto influye negativamente en las construcciones sociales de masculinidades y feminidades. El conocimiento que se posee responde a acercamientos limitados.

La mayoría de las personas entrevistadas refieren no conocer qué es género, perspectiva de género, sexismo... y no poseer las herramientas para su aplicación. A ello se suma la carencia de una política de programación adecuada, respecto a la perspectiva de género, que conciba desde las rutinas productivas la elaboración de productos comunicativos inclusivos.

Estas limitaciones redundan en que una intención positiva y de búsqueda de equidad, trabajada de manera intuitiva, resulte en la expresión de estereotipos y construcciones sociales de género tradicionales. No es el caso de quienes poseen un acercamiento teórico al género, considerablemente menor desde el

punto de vista cuantitativo, que sí muestran contenidos transgresores respecto a las maneras tradicionales en cómo se concibe lo masculino y lo femenino, y un tratamiento adecuado a partir del empleo de elementos audiovisuales, así como de estructuras y estrategias discursivas.

La aplicación de la entrevista en profundidad arrojó que en las construcciones sociales de género tradicionales se muestra lo femenino asociado a la belleza, ternura, dulzura, debilidad, maternidad, seducción, cuidado del hogar y los niños, sacrificio, mientras que lo masculino se expresa en la fuerza, poder, resistencia, inteligencia, responsabilidad hogareña, honestidad, expropiación del rol de autocuidados o validismo personal, infidelidad, proveedor.

Son emergentes en cuanto a lo femenino, valores como la fortaleza, la inteligencia y la valentía; mientras que en lo masculino se expresa lo diverso, la ternura, debilidad y la preocupación por la imagen.

La perspectiva acerca de los roles tradicionalmente concebidos como femeninos se amplía y en el discurso se muestra a la mujer en plenas capacidades para ejercer roles como el trabajo en el campo aunque no así en otras labores físicas y técnicas; ocupa cargos de jerarquía en el ámbito público, sin embargo tiene una presencia mayor en el contexto de la cultura, la educación y la salud, que tradicionalmente se asociaron a lo femenino.

No así en los roles masculinos que siguen prevaleciendo en el ejercicio del poder ("Nieta de Hemingway" Sección Mundo 19 de noviembre, Obama Sección Mundo 19 de noviembre, Pdte. de Rusia Sección Mundo 19 de noviembre, Bill Clinton Sección Mundo 19 de noviembre, Terrorista del 11-9 Sección Mundo 19 de noviembre, Periodista del New York Times Ernesto Londoño Sección Mundo del 24 de noviembre, Chuck Hegel Secretario de Defensa de EEUU en Sección Mundo 24 de noviembre, Presidente Raúl Castro Sección Cuba del 2 de diciembre, Pdte. de Tatarstán Sección cuba del 8 de diciembre, Evo Morales Sección Mundo del 8 de diciembre y 22 de enero, Papa Francisco Sección Mundo 25 de noviembre, Secretario de Estado de EEUU John Kerry y Cardenal Pietro Paro Sección Cuba del 16 de diciembre, Escuadrones neonazis y gobernantes de Ucrania Sección Mundo 6 de enero, Manuel Glez. Ministro de R. Exteriores de Costa Rica Sección Cuba del 20 de

enero, líderes del Vaticano Sección Mundo 14 de octubre, Pdte. de Ucrania Sección Mundo 20 de octubre, Pdte. de Rusia Sección Mundo 20 de octubre, Ex presidente brasileño Lula da Silva Sección Mundo 20 de octubre, Candidato del Partido Social Democracia de Brasil Sección Mundo 20 de octubre, Julian Assange y abogados Sección Mundo 20 de octubre) y las labores físicas, técnicas (Eléctricos camagüeyanos Sección Camagüey 20 de enero, Dtor. Gral. Empresa de Acueductos y Alcantarillados Sección En directo 7 de octubre, innovadores Sección Camagüey 14 de octubre y 30 de octubre), científicas (Experto en Biotecnología John Robert Sección Mundo 19 de noviembre; J' Parámetros de Orientación de la Tierra del Observatorio Naval de EEUU Sección Mundo 6 de enero; Premios Nobel de Química, Física y Medicina Sección Mundo 14 de octubre; J' Energía Renovable de la ONU Sección Cuba 7 de octubre; expertos de centros investigativos Sección Cuba 30 de octubre), en cargos directivos relacionados con las comunicaciones y las tecnologías (Dtor. De Prensa Latina en Sección Cuba 25 de noviembre, Coordinador de Agencias de Prensa Internacionales del Ministerio de Información y Prensa de Guinea Ecuatorial Sección Cuba 25 de noviembre, directivos de TRD y Radio Cuba Sección Cuba 20 de octubre), la economía (Ministro de Economía de Cuba Sección Cuba del 2 de diciembre, Productores arroceros Sección Camagüey 20 de enero, Javier Terre Vice pdte. Desarrollo Habanos Sección Cuba 20 de enero, Comercial de Fábrica de Helados Coppelia Sección Acontecer del Camagüey 30 de octubre), la Historia (José Martí, Perucho Figueredo y Carlos m. de Céspedes Editorial por el día de la cultura 20 de octubre) y el deporte (Ajedrecista Leinier Bruzón, Sección 2 de diciembre, deportistas en Veracruz Sección del 24 de noviembre, Noruega Luis Vera Sección del 24 de noviembre, Candidatos al Balón de oro tres futbolistas Sección del 2 de diciembre, Luchador Pablo Chorey Sección del 8 de diciembre, Eq. Béisbol y eq. de Taekwondo ITF Sección del 8 de diciembre, Eq. de béisbol y eq. de ciclismo Sección del 16 de diciembre, equipos de fútbol Barcelona y Manchester City en Sección del 16 de diciembre, boxeadores y ciclistas 7 de enero, pelotero puertorriqueño Pedro Martínez 7 de enero, Eq. baloncesto y fútbol 22 de enero, Entrenador de fútbol Carlo Ancelotti 22 de enero, Eq.

baloncesto 20 de enero, Eq. béisbol y ajedrecistas 7 de octubre, levantamiento de pesas masculino 7 de octubre, Eq. de lucha y béisbol 3 de noviembre, Eq. béisbol y fútbol 14 de octubre, boxeadores 14 de octubre, eq. de boxeo y béisbol 20 de octubre, Higinio Vélez Pdte. de la disciplina Béisbol en Cuba 20 de octubre, clavadistas cubanos 30 de octubre, Norge Luis Vera 30 de octubre, Eq. de béisbol 30 de octubre, Eq. de fútbol Real Madrid y Corella 30 de octubre).

No obstante, también emergen en profesiones de la educación (Vice ministro de Educación Superior de Cuba Sección Cuba 8 de diciembre), la salud (Ministro de Salud Pública Sección Cuba del 16 de diciembre, Dtor. Gral. Atención Primaria de Salud Sección Mundo 7 de octubre, Dr. Rubén Salas Esp. En Medicina Interna Reporte Especial 3 de noviembre) y la cultura (Lorca Sección Cultural del 19 de noviembre, Músicos de Maracujazz Sección Cultural del 19 de noviembre, Gabriel G. Márquez Sección Cultural del 24 de noviembre y 2 de diciembre, Fernando Alonso Sección Cultural del 24 de noviembre y 22 de enero, John Lenon Sección Cultural del 8 de diciembre, Yosmani Acosta Sección Acontecer del Camagüey del 16 de diciembre, realizador Ernesto Bravo Sección cultural del 6 de enero, cantante Sting Sección cultural del 6 de enero, Gente de Zona Sección Cultural del 22 de enero, Cineasta Carlos Lechuga Sección Cultural del 20 de enero, Freddys Núñez Dtor. del Festival de Teatro Sección Acontecer del Camagüey 7 de octubre, Coordinador Gral. Del festival de Teatro de Brasil Sección Cultural del 7 de octubre, cantante David Blanco Sección Cultural del 7 de octubre, poeta Nicolás Guillén Sección Cultural del 14 de octubre, compositor Frank Domínguez Sección Cultural del 30 de octubre, orfebre Raydel Ortega Sección Cultural del 30 de octubre, Dj David Guetta Sección Cultural del 30 de octubre).

Una revisión a los resultados anteriores arrojados en el análisis de las 14 emisiones de Portada Informativa, con un total aproximado de 197 informaciones, permite asegurar que en este espacio las masculinidades hegemónicas continúan siendo protagonistas en los diferentes géneros periodísticos aunque se evidencia la incorporación de feminidades emergentes que resultan de los cambios políticos y sociales que tienen lugar en el mundo a

propósito de las luchas por la equidad de género. En el caso particular de las masculinidades no hegemónicas se utilizan fundamentalmente como protagonistas en el ámbito de la cultura.

Las características conceptuales y estructurales de Portada Informativa sustentan el uso de fuentes informativas como las páginas web y blogs, en las secciones Camagüey.cu, Cuba en la Web, Hoy el Mundo, Ámbito cultural y Ámbito deportivo. Si bien este recurso resulta novedoso en espacios informativos del medio local, es una estrategia muy utilizada entre las tendencias actuales del Periodismo. Una de sus ventajas es la posibilidad de acceder a información que de otro modo resultaría sumamente costoso producir o adquirir, además de legitimar hechos noticiosos a partir del uso de determinadas fuentes.

Sin embargo, también supone incorporar al discurso de Portada Informativa la validación de ciertos temas, protagonistas, tratamiento cromático y gráfico, así como recursos audiovisuales que pueden estar matizados por un tratamiento exclusivo, de modo que pueden reproducirse posiciones sexistas si no se utilizan estrategias en el empleo de recursos audiovisuales y otras formas discursivas que de manera consciente y planificada resulten en productos comunicativos inclusivos.

En Portada Informativa se emplean como fuentes de información una variedad de páginas web informativas. De las 37 referidas en las emisiones analizadas (VER ANEXO 9), las más utilizadas son Cubasí (24), Adelante (24), Prensa Latina (21), Granma (13), Radio Cadena Agramonte (9), Telesur (8), Rusia Today (8), Cubadebate (7) y Radio Reloj (6).

Luego de revisar las estrategias y estructuras discursivas presentes en estas fuentes de información (el análisis se limita al empleo de los titulares ya que no se contaba con artículos completos sino lo mostrado en Portada Informativa) se localizaron 6 fuentes con empleo de sexismo lingüístico lo que hace suponer que en estos medios no existe una política informativa con perspectiva de género o no se aplica con rigor.

Todas están incluidas entre las más utilizadas en las emisiones de Portada Informativa: Prensa Latina (Sección Cuba 19 de noviembre y Sección Cuba 30

de octubre), Adelante (Sección Camagüey 7 de octubre), Radio Cadena Agramonte (Sección Camagüey 7 de octubre), Radio Reloj (Sección Cuba 19 de noviembre), Granma (Sección Cultural 20 de octubre) y Cubadebate (Sección Mundo 30 de octubre).

Por otra parte, no se referencia el empleo de fuentes alternativas a los medios hegemónicos que son reconocidas por el tratamiento informativo desde una perspectiva de género: Servicio de Noticias de la Mujer de América Latina y El Caribe (SEMLAC), Artemisa noticias (de la Asociación Civil Artemisa Comunicación, Argentina), Comunicación e Información de la Mujer (CIMAC, México), IPS, RedFem, RedMujer, AMECOPRESS (España), AWMC (África)... (VER ANEXO 10)

Predomina en la selección de las fuentes, citar a los grandes medios de comunicación que si bien tienen una historia de credibilidad no manejan entre sus criterios de noticiabilidad las historias de vida, las problemáticas de la mujer o las diversidades sexuales, los sucesos del ámbito privado donde frecuentemente se desempeñan las mujeres sino la política, la economía y otros temas que se desenvuelven en el espacio de lo público, habitualmente ocupado por hombres.

En relación con el tratamiento de las masculinidades y feminidades como fuentes en los diversos géneros periodísticos, el presente estudio se focalizó en determinar cuáles de estas fuentes son predominantes y protagonistas, y en qué temáticas ya que si bien colocar en esta condición subraya su relevancia social, el énfasis en la actuaciones de mujeres y hombres en determinadas áreas naturaliza roles y estereotipos de género. Además, se analizó quiénes son consideradas voces expertas o anónimas y cómo son citadas, en tanto este recurso de polifonía acentúa el protagonismo de la fuente o de la temática tratada.

Luego de un análisis respecto a estas cuestiones se obtuvo que sólo 10 mujeres se emplean como voces expertas y 1 como voz anónima, mientras que la relación de hombres con estas condiciones es de 36 expertos y 8 voces anónimas, considerablemente mayor.

Asimismo, las voces femeninas prevalecen en el ámbito social (Periodista Yurislén Pardo, Sistema de Atención a la Familia Sección Diálogo periodístico del 2 de diciembre; Periodista Mariela Peña, Violencia de género Sección Diálogo periodístico del 25 de noviembre; María Teresa Martínez subdelegada de Inversiones de la Empresa de Recursos Hidráulicos en Camagüey, Mejoras hidráulicas Sección Camagüey del 7 de enero; Giselle Vestreiro trabajadora social, Atención a personas alcohólicas y sin amparo Sección Reporte especial del 3 de noviembre), de la comunicación y los medios de prensa (Dayneris Triana Jefa del Dpto. de Comunicación Institucional de la Universidad de Camagüey, Formación vocacional Sección Acontecer del Camagüey del 22 de enero; Yanetsy Estrada directora del Periódico Adelante, Coloquio de la Prensa Sección En directo del 3 de noviembre), en temáticas culturales (Dtora. General de la UNESCO Irina Bukova, Destrucción del patrimonio cultural de Irak Sección Cultural del 3 de noviembre; Yuniasky Crespo 1era Secretaria Comité Nacional UJC, Importancia de la cultura en Cuba Sección Miradas del 20 de octubre) y en menor medida económicas (Contralora General de la República Gladys Bejerano, Control interno a entidades camagüeyanas Sección Camagüey del 22 de enero), políticas (Senadora mexicana Dolores Padierna, Relación Cuba- Estados Unidos Sección Cuba del 20 de enero) y científicas (Astronauta italiana Sección Mundo del 25 de noviembre)

A diferencia de las mujeres, los hombres considerados como fuentes en el discurso periodístico de Portada Informativa se desempeñan en el ámbito de la política (Manuel Glez. Ministro de Relaciones Exteriores de Costa Rica, Sección Cuba del 20 de enero; ex presidente brasileño Lula da Silva, Sección Mundo del 20 de octubre; Julian Assange, Sección Mundo 20 de octubre; Abogados de Julian Assange, Sección Mundo del 20 de octubre), la economía (Javier Terré Vicepdte. de Desarrollo de Habanos de Cuba, Sección Cuba del 20 de enero; periodista Lucilo Tejeda, Zafra Sección Diálogo periodístico del 20 de enero; periodistas Otilio Rivero y Pedro Paneque, Zafra Central Brasil Sección Fotorreporte del 14 de octubre; periodista Rolando Sarmientos, Zafra Sección Diálogo periodístico del 14 de octubre; Comercial Fábrica de Helados Coppelía, Sección Acontecer del Camagüey del 30 de octubre), la ciencia y la

técnica (J' Obras y Dtor. OHCC, Obras del proyecto Ciudad 500, Sección Reporte especial del 19 de noviembre, J' Parámetros de Orientación de la Tierra del Observatorio Naval de EE.UU, Sección Mundo 6 de enero; Diego Maura J' Energía Renovable de la ONU, Sección Cuba del 7 de octubre; directivos de Radio Cuba, Sección Cuba del 20 de octubre), servicios (J' Turno, Gestor de viajes y Dtor. UEB Ómnibus Nacionales; Dtor. Gral. Empresa de Acueductos, Sección En directo del 7 de octubre) y deportes (Directivos del INDER, Sección del 16 de diciembre; Higinio Vélez Pdte. disciplina Béisbol en Cuba, Sección del 20 de octubre).

Además, emergen en el ámbito social (Periodistas Otilio Rivero y Eduardo Labrada, SAF Sección Fotorreporte del 2 de diciembre;), de la salud (Dr. Alberto Fernández Ministro de Salud, Sección Cuba del 16 de diciembre; Dtor. Gral. de Atención Primaria de Salud en Madrid, Sección Mundo 7 de octubre; Dtor. Rubén Sosa Especialista en Medicina Interna, Sección Reporte Especial del 3 de noviembre) y el medio ambiente (Ismael Francisco, Sección Fotorreporte del 30 de octubre).

Es preciso destacar asimismo la relevancia expresada en el uso de masculinidades como fuentes expertas en temáticas culturales (Dtor. Alba cultural, Sección Cultural del 2 de diciembre; Realizador Yosmani Acosta, Sección Acontecer del Camagüey del 16 de diciembre; Dúo Gente de Zona, Sección Cultural del 7 de enero; Fotorreportero Leandro Pérez, Sección Fotorreporte del 7 de octubre; Freddys Núñez Dtor. Festival de Teatro de Camagüey, Sección Acontecer del Camagüey del 7 de octubre; Cancio Piñeiro Coordinador Gral. Del Festival Internacional de Teatro del 7 de octubre).

La utilización de determinadas fuentes no sólo es un recurso de legitimación de la información sino de validación de la fuente misma. En ese sentido, la inclusión de masculinidades no hegemónicas y feminidades emergentes, es fundamental cuando se intenta dar un tratamiento inclusivo, según la perspectiva de género.

Las diferentes maneras de citar suponen diversas formas de atribuir relevancia a la fuente. Iguales inequidades respecto a la determinación de voces expertas se expresan en la manera de citar estas fuentes, partiendo de que las citas

indirectas proveen de mayor relevancia al tema, mientras que las citas directas y el empleo del actante ponderan a la fuente misma. Otro elemento es la forma verbal que antecede a las citas directas e indirectas ya que devela la posición del/ de la periodista.

En las 14 emisiones analizadas, las diferencias en las formas de citar colocan en desventaja a masculinidades no hegemónicas y feminidades emergentes ante las masculinidades hegemónicas.

Entre las primeras sólo 4 mujeres son citadas de forma indirecta, 15 los hombres y de ellos 2 corresponden a formas no hegemónicas. Entre las citas directas 1 sola corresponde a feminidades, mientras que a masculinidades suman un total de 13. Entre actantes la relación es de 7 mujeres (6 expertas y 1 anónima) y 19 hombres (11 expertos y 8 anónimos), de ellos representa a masculinidades no hegemónicas 1 fuente.

Las mujeres son citadas de manera indirecta en temáticas como la ciencia (astronauta italiana Sección Mundo del 25 de noviembre), la cultura (Dtora. Gral. de la UNESCO Irina Bukova, Sección cultural del 3 de noviembre), la sociedad (Ma. Teresa Martínez, Subdelegada de Inversiones de Recursos Hidráulicos, Mejoras hidráulicas en la ciudad, Sección Camagüey del 7 de enero) y la economía (Gladys Bejerano Contralora Gral. de la República de Cuba, Sección Camagüey del 22 de enero); muestra de su papel protagónico en ascensión en los espacios públicos. Mientras que las masculinidades no hegemónicas son citadas de forma indirecta en temáticas culturales (Dtor. de Alba Cultural, Sección del 2 de diciembre y Coordinador Gral. del Festival Internacional de Teatro de Brasil, Sección del 7 de octubre).

Las masculinidades hegemónicas son acentuadas a través de un mayor número de citas indirectas fundamentalmente en áreas como la política (Nieto de Hemingway, Relación EE.UU- Cuba Sección Cuba del 19 de noviembre; Terrorista del 11-9, Sección Mundo del 19 de noviembre; Luis Londoño periodista del New York Times, Sección Cuba del 24 de noviembre; Pdte. Evo Morales, Sección Mundo del 8 de diciembre; Ex pdte. brasileño Lula da Silva, Sección Mundo del 20 de octubre; Julian Assange, Sección Mundo del 20 de octubre), los deportes (Noruega Luis Vera, Sección del 24 de noviembre;

directivos del INDER, Sección del 16 de diciembre), la ciencia y la técnica (J' de Parámetros de Orientación de la Tierra en el Observatorio Naval de EEUU; directivos de Radio Cuba, Sección Cuba del 20 de octubre) aunque también en la salud (Dr. Alberto Fernández Ministro de Salud de Cuba, Sección Cuba del 16 de diciembre), temas sociales (expertos, Protección de la infancia Sección Cuba 30 de octubre) y la cultura (Dtor. Alba Cultural, Sección del 2 de diciembre; Gente de Zona, Sección del 20 de enero; Cancio Piñeiro Coordinador Gral. del Festival Internacional de Teatro de Brasil, Sección Cultural del 7 de octubre).

Sólo una mujer es citada de forma directa y corresponde al ámbito de la política, respecto a la relación entre EE.UU y Cuba (Senadora mexicana Dolores Padierna, Sección Cuba del 20 de enero).

Por otra parte, las citas directas de hombres correspondientes a 13, predominan en la política (V. Putin Pdte. de Rusia, Sección Mundo del 19 de noviembre y 20 de octubre; Manuel González Ministro de Relaciones Exteriores de Costa Rica, Sección Cuba del 20 de enero; pdte. de Ucrania, Sección Mundo del 20 de octubre; ex pdte. Lula da Silva, Sección Mundo del 20 de octubre; abogados de Julian Assange, Sección Mundo del 20 de octubre), la economía (Javier Terre Vice pdte. de Desarrollo de Habanos Cuba, Sección Cuba del 20 de enero), las ciencias (J' Energía Renovable de la ONU, Sección Cuba del 7 de octubre) y el deporte (Higinio Vélez Pdte. disciplina Béisbol en Cuba) aunque también destacan en la salud (Dtor. de Atención Primaria de Madrid, Sección Mundo 7 de octubre) y la cultura (Dúo Gente de Zona, Sección Cultural del 22 de enero; José Martí, Editorial del 20 de octubre; David Guetta, Sección del 30 de octubre).

El análisis de las formas de citar también supone una revisión sobre los verbos que le anteceden. En el caso de las mujeres referidas se utilizan las formas verbales: "declaró (3 veces) ", "informó" y "señaló", son verbos declarativos y objetivadores que poseen un efecto persuasivo.

Los verbos que anteceden a las citas referidas respecto a hombres son más diversos y por tanto, ejercen múltiples funciones: también se utilizan los declarativos "informó (3) ", "señaló (2)", "anuncian (2)", "expresó (2)" y "declaró",

pero se incorporan verbos de aprehensión intelectual más subjetivadores como "sospecha", "explicó", "reveló"; con rasgos semánticos que expresan aserción y grado de convencimiento como "dijo (3)", "destacó", "resaltaron", "reiteró", "remarcó", "manifestara (2)" y "afirmó"; evaluaciones de tipo axiológico "confirmó (2)", "reprochó", "aclararon"; apelaciones a la acción futura "alerta (2)",

Una vez analizado el contexto de la comunicación puede encontrarse que la mayoría de las fuentes citadas de forma directa o indirecta corresponden a las secciones de noticias seleccionadas de los sitios web, lo que permite suponer que mayoritariamente se reproduce el sexismo contenido en estos ya que no se articulan estrategias de inclusión.

El panorama es un tanto más inclusivo en el empleo de actantes. La relación de entrevistadas es de 7 mujeres y de ellas 6 son expertas y 1 anónima, mientras que los hombres suman 19, de ellos 11 expertos y 8 anónimos. La relación es desigual pero en comparación con las cifras referidas antes es más equitativa, aunque se muestra a ambos en roles y espacios tradicionales. En lo referente a la interacción entre entrevistado/a y periodista se muestra una relación de aceptación y respeto.

El empleo de actantes es más frecuente en las informaciones generadas por el equipo de periodistas de Portada Informativa a través de secciones de entrevistas (Acontecer del Camagüey y Diálogo periodístico), encuestas (Miradas) y reportajes (Reporte especial) de lo que se deduce que existe mayor interés en la inclusión de voces femeninas como expertas.

En las 14 emisiones analizadas resultó que del total de entrevistadas, mayoritariamente expertas, son empleadas en temáticas sociales (periodista Mariela Peña, Violencia de género Sección Diálogo periodístico del 25 de noviembre; periodista Yurislén Pardo, Sistema de Atención a la Familia Sección Diálogo periodístico del 2 de diciembre; anónima, servicios de la Terminal de Ómnibus Sección reporte especial del 8 de diciembre; Giselle Vesteiro, Atención a personas desamparadas Sección Reporte Especial del 3 de noviembre), relativas a las comunicaciones, la educación y medios de prensa (Dayneris Triana Jefa del Dpto. de Comunicación Institucional de la

Universidad de Camagüey, Sección Acontecer del Camagüey del 22 de enero; Yanetsy Estrada directora del Periódico Adelante, Sección En directo del 3 de noviembre) y la cultura (Yuniasky Crespo 1era Secretaria Comité Nacional UJC, Sección Miradas del 20 de octubre).

Por su parte, los entrevistados se refieren a temas económicos (Zafra en Camagüey: periodista Lucilo Tejeda, Sección Diálogo periodístico del 20 de enero; Zafra: periodista Rolando Sarmientos, Sección Diálogo periodístico del 14 de octubre; Comercial de la Fábrica de Helados Coppelia, Sección Acontecer del Camagüey del 30 de octubre), asociados a las ciencias técnicas (Proyecto Ciudad 500: Dtor. OHCC y J´ Obra, Sección Reporte especial del 19 de noviembre), de servicios (Servicio de la Terminal de Ómnibus Nacionales: 1 voz anónima; J´ de turno, Gestor de viaje y Dtor. UEB Ómnibus Nacionales, Sección Reporte especial del 8 de diciembre; Reparaciones: Dtor. Gral. de la Empresa de Acueductos y Alcantarillados de Camagüey, Sección En directo del 7 de octubre), sociales (Situación de las vías: 7 voces anónimas Sección miradas del 24 de noviembre;) y culturales (realizador Yosmani Acosta, Sección Acontecer del Camagüey del 16 de diciembre; Festival de Teatro: Freddys Núñez Dtor. del Festival, Sección Acontecer del Camagüey del 7 de octubre).

Respecto a los actores de la comunicación, una de las ventajas de Portada Informativa es la alternancia en la conducción cada día de la semana de un/ una periodista hombre o mujer.

Desde el punto de vista ideológico la figura del/ la presentador/ a asume una función primordial ya que orienta la interpretación del contenido; ejerce los actos de habla, determinando cambios de tema, turnos; anuncia el principio y el fin del evento comunicativo; orienta sobre el punto de vista; asume la responsabilidad enunciativa en el caso de las citas indirectas. Además, deja huellas de su subjetividad en el discurso a través de marcas y guías de lectura, expresiones fáticas o apelativas, orientadoras, interpretativas, emotivas y modalizantes (en tanto aporta elementos que permiten discernir el grado de certeza respecto del conocimiento de los hechos que se relatan); tiene mayor información que la audiencia lo que lo/la coloca en una posición de poder.

Mediante estas estrategias de enunciación el/ la presentador/ a se convierte en una figura que representa al autor real del discurso y al mismo tiempo al espectador real del telediario. Esta estrategia permite empoderar a las mujeres y a masculinidades no hegemónicas en tanto posición de poder por su emplazamiento en el ámbito público y por el tratamiento de temáticas reservadas a masculinidades hegemónicas.

Asimismo, no existen posiciones sexistas que limiten a los/ as periodistas en la realización de determinados géneros periodísticos o áreas temáticas. Periodistas mujeres incursionan en temas políticos, económicos y sociales (Yarisbet J.: zafra azucarera, 20 de enero; Yanet P. M.: obras constructivas del Proyecto Ciudad 500, 19 de noviembre; Dairy B.: situación de las vías, 24 de noviembre; Yanet P. M.: producción de Fábrica de Helados Coppelia, 30 de octubre), aunque no en los deportivos lo que se considera, en ese sentido, una limitación.

También, los periodistas hombres se refieren a temáticas culturales y sociales (Sandy L.: Premios del filme Pablo, 16 de diciembre; Raúl del Pino: Comentario Fotorreporte Festival de Teatro, 7 de octubre; Rafael G.: Atención a personas desamparadas, 3 de noviembre; Sandy L.: editorial día de la cultura cubana, 20 de octubre).

En Portada Informativa se asumió como estrategia el balance de voces (femenina y masculina) lo que permite que áreas temáticas particulares no sean asociadas a hombres y mujeres.

Sin embargo, aún cuando en las informaciones locales, nacionales e internacionales se utiliza en off_ de forma alternada y según el sexo del conductor o conductora del día_, una voz masculina y otra femenina; en la sección de deportes sólo se emplea una voz masculina y en las informaciones culturales, una femenina. En ese sentido, se marcan desde lo simbólico, los espacios atribuidos a cada género, cuestión que se considera una de las limitaciones respecto a la perspectiva de género y resulta exclusiva en esas áreas.

Si en la conducción, y el tratamiento en relación de equidad de los/ las periodistas que integran el equipo de realización, se muestran los principales

logros de Portada Informativa relativos a la perspectiva de género; se evidencia un tratamiento exclusivo en el empleo de las voces informativas no sólo en las secciones de Deportes y Cultura, también en la selección de determinadas temáticas y géneros.

En el análisis del discurso se evidenció que el único editorial_ género con alto contenido ideológico por sus características discursivas en tanto supone ser vocero del medio en una temática específica relevante para la sociedad_ realizado en el período estudiado y dedicado al día de la cultura cubana, se utilizó una voz masculina aún cuando el conductor de ese día era hombre también, lo que reproduce el estereotipo sobre la masculinidad y su posición de poder.

Esta posición exclusiva también se evidencia en géneros periodísticos como el comentario, específicamente en la sección Fotorreporte. En los 14 programas que conforman la muestra se empleó esta sección en 5 ocasiones.

La voz masculina se reservó para el comentario sobre la zafra azucarera en Camagüey (30 de octubre), la selección fue intencionada ya que a continuación de esta sección proseguían informaciones deportivas por lo que en pos del balance de voces hubiera resultado más adecuado el empleo de una voz femenina.

Al mismo tiempo, la voz femenina fue utilizada en comentarios sobre violencia de género (25 de noviembre), aún cuando la conducción también la realizaba una mujer por lo que no existe balance de voces; Sistema de atención a la familia (2 de diciembre); Festival de Teatro en Camagüey (7 de octubre) y Migración de flamencos (30 de octubre).

Atendiendo a cuestiones como el orden, la duración y la cantidad de información; en las secciones de noticias de las 14 emisiones seleccionadas las temáticas jerarquizadas son las económicas, políticas y sociales; no así las relativas a problemáticas de género (con excepción de las emisiones correspondientes a los días 25 de noviembre Día en respuesta a la violencia de género; 30 de octubre, Sección Mundo; 19 de noviembre, Sección Cuba).

En las informaciones de Camagüey predominan temas económicos y sociales donde prevalece la imagen del hombre como productor (remarca el estereotipo

tradicional de masculinidad como sostén económico, apto para labores físicas...) aunque se potencia el reconocimiento a la mujer en el ámbito rural. Los temas asociados a género responden a esta cuestión y a divulgar las acciones de las Federación de Mujeres Cubanas en pos de la equidad y contra la violencia de género.

En la sección Cuba en la Web se priorizan temas políticos (relación Cuba-Estados Unidos), económicos (fundamentalmente el turismo, las inversiones) y de desarrollo científico- técnico. En estos temas la imagen de la mujer es limitada y se utiliza fundamentalmente asociado a los servicios, en el caso del turismo, o se muestra el cuerpo femenino en pose. Si bien debe destacarse su presencia en el desarrollo científico técnico, llama la atención que desde lo audiovisual se reproduce una única representación de la mujer (blanca, joven, sana...) Ambas deformaciones del discurso están muy relacionadas con las rutinas productivas ya que las fotografías y videos utilizados provienen de Internet o son anuncios publicitarios, donde se potencia este tipo de discurso sexista.

En el caso de las informaciones internacionales prevalece lo político, predominantemente masculino, aunque ya se muestran algunas mujeres en el ámbito público y del poder. También se incluyen temas económicos y sociales. Entre los relacionados con el género figura la lucha por la igualdad de derechos, el papel social de la mujer, el papel de la mujer en la ciencia...

En las informaciones culturales predomina la imagen de la mujer, se destaca su labor como creadora, se divulgan productos o eventos artísticos en pos de la equidad, que visibilizan la diversidad sexual. Es el único contexto en que se utiliza como fuentes o protagonistas a homosexuales y transexuales.

Por el contrario, el deporte se muestra como espacio casi exclusivo de los hombres: protagonistas y voceros de la información... A decir de Luis Eduardo Quiñones, encargado de las noticias deportivas: " (...) si hay una mujer con resultados destacados lo pongo aunque es una realidad que en el deporte desde el punto de vista del seguimiento, los eventos masculinos tienen mayor seguimiento".

Del total de noticias deportivas (33) sólo en 3 son protagonistas las mujeres (Lisandra Guerra, 4ta femenina de persecución, equipos de baloncesto, hockey y boieball con medallas en Veracruz 2014, Sección del 19 de noviembre; Yipsi Moreno, Yarisley Silva, equipos de judo y baloncesto con medallas en Veracruz 2014, Sección del 24 de noviembre; equipo de baloncesto en Liga Nacional, Lisandra Guerra en Campeonato Iberoamericano y Copa Panamericana de triatlón, Sección del 20 de enero)

Del mismo modo, la superestructura de Portada Informativa jerarquiza determinadas temáticas a partir de su inclusión en las categorías que la conforman. Desde el punto de vista estructural el espacio no cuenta con resumen de apertura, intermedio o cierre sin embargo, los contenidos son jerarquizados en la apertura.

En las emisiones que conforman el análisis son jerarquizados temas sociales (Proyecto Ciudad 500, 19 de noviembre; Situación de las vías, 24 de noviembre; Violencia de Género, 25 de noviembre; Sistema de Atención a la Familia, 2 de diciembre; Servicios de la Terminal de Ómnibus, 8 de diciembre; Modos de vestir, 7 de enero; Formación vocacional, 22 de enero; Restablecimiento de la venta de helado), culturales (Festival de Teatro, 7 de octubre; Premios del filme Pablo, 16 de diciembre; Día de la cultura cubana, 20 de octubre) y económicos (Zafra, 20 de enero).

A diferencia de los anteriores, estos temas no son tomados de otras fuentes informativas sino producidos por periodistas del espacio. En ese sentido, son evidentes las diferenciaciones en cuanto a criterios de noticiabilidad en la elaboración de géneros periodísticos más complejos.

El análisis de las estructuras discursivas en Portada Informativa muestra además la omisión de las mujeres como resultado del sexismo lingüístico por el empleo del masculino genérico en la totalidad de los programas analizados.

A pesar de mostrar una perspectiva más transgresora en lo que respecta a los roles, en Portada Informativa aún persisten estereotipos de género que se evidencian en el discurso periodístico audiovisual. Uno de ellos es el cuerpo femenino como objeto, legitimado a partir de la selección de determinadas informaciones, protagonistas y recursos audiovisuales.

Dos ejemplos en cuanto a criterios de noticiabilidad corresponden a la segunda información de la Sección Cultural del día 7 de enero y la primera de la Sección Mundo del 16 de diciembre.

La información cultural se refiere a una noticia publicada por Cubasí en la que se dice Marilyn Monroe se convertirá en la nueva cara de una marca de maquillaje. Desde el punto de vista superestructural la información está jerarquizada según su orden. Asimismo, los elementos del discurso audiovisual enfatizan la erotización y fragmentación del cuerpo con el empleo de primeros planos y till up que muestran a Marilyn Monroe en una pose que sugiere la "entrega sexual", descubiertos los muslos y parte del pecho. A ello se suma como recurso lingüístico la selección lexical que la cataloga como "icónica rubia".

El siguiente ejemplo corresponde a una información publicada por Associated Press sobre la coronación de una sudafricana como Miss Mundo 2014. Desde el punto de vista superestructural ocupa la posición de mayor jerarquía dentro de la Sección Mundo por delante de la noticia que informa sobre la irrupción de un estudiante mexicano en la ceremonia de la entrega del Premio Nobel de la Paz a Malala. Respecto a los recursos audiovisuales se muestra a la ganadora del premio en un plano medio con los accesorios que identifican a Miss Universo (corona, silla real, banda) y en tercer plano se muestra al resto de las competidoras. Como estrategias discursivas de legitimación se emplean las cifras y el orden de los argumentos y como recurso retórico la hipérbole: "la mujer más bella del planeta" de manera que se imponen determinados patrones estéticos, hegemónicos, por demás, y se valida el estereotipo de la mujer como objeto de placer.

Los ejemplos anteriores son los más evidentes y sexistas, sin embargo el análisis del discurso audiovisual permitió develar que aún cuando las protagonistas de las informaciones no sean figuras públicas (lo que justificaría el empleo de un primer plano), en temáticas diversas como la salud, la cultura, las ciencias... se utilizan códigos visuales que fragmentan el cuerpo femenino a través de primeros planos, planos detalles del rostro, los labios, ojos y el pecho, movimientos de cámara como el till up y el zoom in. Mientras que en los

hombres, en las mismas áreas temáticas, predominan planos generales y americanos que muestran el contexto de la acción y paneos, que son movimientos descriptivos del espacio.

Además, se muestran predominantemente imágenes que corresponden a mujeres blancas, jóvenes y que cumplen con los patrones estéticos hegemónicos. Se presenta un solo tipo de mujer, limitando las posibilidades de representar a las mujeres en su diversidad de razas, formas, profesiones, culturas... (con excepción de la información correspondiente a la repercusión de la Campaña de Victoria's Secret y el mapa de países con mayor equidad de género que se analizarán más adelante).

Los ejemplos anteriores corresponden al empleo de elementos audiovisuales, estructuras y estrategias discursivas en la construcción de feminidades tradicionales. Respecto a las masculinidades hegemónicas (más representadas) se emplean fundamentalmente estrategias de argumentación como el empleo selectivo de fuentes, cifras y orden de argumentos además de la posición del/ la periodista.

Otras formas no hegemónicas (indígenas peruanos, Sección Mundo 30 de octubre) son legitimadas a través de estas estrategias de argumentación y el empleo de formas retóricas como la metáfora "tienen tomado el aeropuerto", la sintaxis de la oración, construida como activa, muestra a estas personas no ya como víctimas sino como actantes.

Las problemáticas de las personas transexuales también son referidas en el discurso de Portada Informativa, fundamentalmente a través de la referencia a productos culturales. Entre los ejemplos, uno de los mejor trabajados corresponde a la emisión del 8 de diciembre que se refiere a la repercusión de la película Vestido de novia. Su guionista Yarisbet Jomarrón lo jerarquiza en la segunda posición dentro de la Sección cultural y a través de la superestructura de la noticia, dando más protagonismo al tema y a la realizadora, y luego al producto cultural en sí. Es también significativa la expresividad de las metáforas empleadas_ "quiebra estereotipos", "hechos reales hirientes"_ que sugiere no sólo apelación emotiva sino sobre todo fuerza.

La información se complementa con imágenes del filme que sustentan las argumentaciones de la periodista en las que expone juicios categóricos que consideran al filme como una "prueba irrefutable de los daños físicos y psicológicos de la intolerancia".

Sin embargo, no todas las estrategias discursivas empleadas en temáticas como la diversidad sexual resultan inclusivas. El ejemplo más evidente corresponde a la información publicada por BBC Mundo y referenciada el 14 de octubre en la Sección Mundo. Las estrategias utilizadas, la superestructura de la noticia, la selección lexical y la sintaxis construyen un mensaje exclusivo y que victimiza a las personas homosexuales.

Como estrategia fundamental es evidente la polarización nosotros/ ellos a través de la cual se intenta mitigar las malas acciones de la iglesia "la iglesia no ha asumido una posición adecuada pero líderes religiosos se reúnen para dar mejores enseñanzas..." y ocultan a responsables de la victimización de las personas homosexuales a través del empleo de oraciones pasivas.

La polarización también se expresa a partir de la selección lexical en el uso de pronombres "ellos, esas personas". Se utilizan asimismo otras estrategias como el consenso "líderes acordaron", la negación "homosexuales no tienen..." y la victimización que es remarcada en la superestructura de la noticia ya que pone mayor énfasis en los líderes religiosos (protagonistas, fuentes) y no en homosexuales (son referidos/as no tienen voz en el discurso).

A estas cuestiones se suma que en los códigos visuales tienen mayor protagonismo los líderes religiosos y no existe una referencia visual respecto a la homosexualidad. Por el contrario, el texto supuestamente resalta la inclusión y en imágenes se muestran dos figuras (un hombre y una mujer) unidas por un corazón y en las manos de un hombre. Si intentáramos descifrar la retórica de esta imagen bien se pudiera pensar en la creación divina y la visión católica sobre las relaciones del hombre y la mujer hechos por la mano de Dios y para el santo matrimonio. Por lo que no existe coherencia entre la imagen y el texto dicho, lo que supone no sólo confusión sino la posibilidad de interpretar de otra manera la información.

La victimización de la mujer es una de las estrategias discursivas más utilizadas no sólo referida a aquellas que se desenvuelven en el ámbito privado sino a quienes se desempeñan en altos cargos de la política.

Entre las primeras puede mencionarse la noticia publicada en la sección Mundo del 14 de octubre referida al informe de la Organización Alemana de Ayuda contra el hambre que si bien en los textos no hacen referencia a sexos, en las imágenes sólo se muestran como víctimas a mujeres y niños/as. Otras estrategias utilizadas son las cifras, la apelación emotiva, juicios interpretativos y negación.

La victimización a personas anónimas también se evidencia en el fotorreporte del 25 de noviembre que se vale en los recursos lingüísticos de fuentes, argumentaciones, apelación emotiva, posición del periodista, juicios categóricos "noble empeño", hipérbole "un llamado recorre hoy el planeta". Sin embargo, desde la visualidad se victimiza a las mujeres.

El tratamiento de la violencia de género en los medios de comunicación y su inclusión en los criterios de noticiabilidad es uno de los logros desde el punto de vista social. Sin embargo, no debe revictimizar a las mujeres sino colocarlas en posición protagónica como dueñas de su destino, de manera que no se naturalice y eternalice esta situación.

Respecto a mujeres que ocupan importantes cargos en el espacio público puede ejemplificarse con información del mundo del día 20 de octubre que refiere la crítica del ex presidente brasileño Lula da Silva al candidato de la Social Democracia por agresiones verbales a la presidenta Dilma Rousseff publicada por Granma el 20 de octubre. Las estrategias utilizadas, la superestructura de la noticia, las maneras de citar y los elementos audiovisuales colocan a la presidenta brasileña en una posición de subordinación. En la noticia se habla sobre la presidenta pero ella no es protagonista ni fuente de la información sino su antecesor y su contendiente. Esta jerarquía se marca en la superestructura de la noticia quién (Lula da Silva), qué (reprochó), contra quién (Neves), por qué (ofender a Dilma Rousseff).

Las formas de citar también contribuyen a marcar el protagonismo de Lula da Silva que es citado de manera directa e indirecta con verbos como reprochó y alertó con una fuerte carga imperativa, remarcando su posición de poder. En cuanto a los elementos audiovisuales también soportan esta idea ya que se muestra a Dilma y Lula en posiciones y acciones diferentes. Ella como simple espectadora un paso detrás y él como actante con un micrófono en mano y dirigiéndose a la multitud. Respecto a los recursos lingüísticos la sintaxis enfatiza la inequidad y el tratamiento desigual que le resta jerarquía en el discurso "agresión verbal contra una mujer, la presidenta Dilma Rousseff".

Acertado es el empleo de varios recursos en pos de la legitimación de las mujeres rurales en el espacio público, en la economía nacional. Su guionista Raúl del Pino se sirve de la superestructura del programa ubicándola como segunda información en la Sección Cuba del 14 de octubre no así en la propia superestructura de la noticia (Dónde, qué, por qué). Utiliza la cita de fuentes como la ONU, juicios categóricos "contribución decisiva de la mujer rural" y ejemplificación "promoción del desarrollo agrícola, mejora de la seguridad alimentaria y erradicación de la pobreza".

Del mismo modo, los recursos audiovisuales muestran mujeres diversas a través del empleo de plano americano y plano general, ubicándolas en contexto y evitando la fragmentación de los cuerpos. Sólo se considera una limitación el referirse a estas mujeres como la mujer rural, ambas formas se utilizan en la información.

Otra de las informaciones a destacar corresponde a la Sección Mundo del 30 de octubre publicada por Rusia Today. El periodista Rafael Gordo emplea como estrategias discursivas las cifras, ejemplificaciones y como fuente el Foro Económico Mundial. Sin embargo, es en el empleo de los recursos audiovisuales donde resalta esta información que se sirve de imágenes gráficas para apoyar la información pero al mismo tiempo proveer de otras significaciones. Íconos que refieren la figura humana de mujer y hombre se emplean para significar igualdad y lucha por equidad en lo económico. Asimismo, se incorpora una imagen que muestra masculinidades y feminidades

diversas lo que supone una estrategia en la inclusión de formas emergentes de feminidad y no hegemónicas de masculinidad.

También en la Sección Mundo del 3 de noviembre se utilizan diversas estrategias discursivas que ponen en tela de juicio los estereotipos sobre el cuerpo femenino. La información se refiere a la repercusión en las redes sociales de la campaña The perfect body de la compañía de lencería Victoria's Secret. La guionista Yanet Pérez Moya se sirve del consenso (miles de personas exigieron), metáforas "ola de indignación en las redes sociales", antítesis (comparación respecto a su homóloga Dear Kate que lanzó otra campaña con el mismo slogan y modelos con diversas figuras, estatura, forma, raza, cultura), apelación a lo emotivo, orden de argumentos. Mientras que en las imágenes se muestra la campaña original y su contraria.

Estos ejemplos demuestran cómo las estrategias discursivas propician determinadas formas de construcción simbólica de la ideología pero al mismo tiempo cómo estas pueden proveernos de posibilidades en el discurso para construir ideologías alternativas, contrahegemónicas.

A partir del análisis realizado se pudo advertir que se utilizan una multiplicidad de estrategias discursivas lingüísticas y audiovisuales para la legitimación de masculinidades no hegemónicas y feminidades emergentes. Sin embargo, predominan estrategias argumentativas asociadas a las masculinidades hegemónicas y en muchos casos se victimiza a las mujeres, se les considera como ente homogéneo; reproduciendo la naturalización y eternalización de situaciones de sometimiento así como la unificación que muestra un solo tipo de feminidad.

Las rutinas productivas y las particularidades del programa influyen en estos resultados. La limitación tecnológica, el reducido acceso a archivos de video e imagen con calidad, irregularidades en el proceso productivo, tiempo limitado, además de que las secciones incluyen informaciones que han sido publicadas por otros medios y que habitualmente no conciben estos temas como criterio de noticiabilidad.

Asimismo, la carencia de una política institucionalizada o carta de estilo que conciba estas cuestiones como prioridad temática, redundan en un tratamiento pobre e inadecuado sobre el tema.

Si las características del programa propician que se tomen informaciones de otros medios, una posible estrategia sería la inclusión del tema a partir de los elementos audiovisuales (fundamentalmente la fotografía o el video) o en la perspectiva que se asuma respecto a un suceso determinado (estrategia que ya se aplican para resaltar perspectivas diferentes respecto a la que anuncia la fuente) además de la incorporación de un lenguaje inclusivo...

A ello se suma que Portada Informativa cuenta con 18 secciones, con géneros periodísticos diversos y que permiten el tratamiento e intencionalidad de un tema desde disímiles aristas, con funciones y formas diversas.

Vinculado al género sólo se realizó un fotorreporte y una entrevista por el día de la no violencia hacia las mujeres y las niñas, el resto de las informaciones corresponde al género noticia que desde el punto de vista estructural no se encuentra entre los géneros jerarquizados en el programa. Aunque en las entrevistas en profundidad realizadas para la presente investigación, es mayoritario el criterio de que el reportaje es el género más profundo, ideal para el tema, no se utiliza en estos temas.

Las temáticas asociadas a la diversidad sexual no constituyen agenda ni son jerarquizados en las superestructuras y estas personas son invisibilizadas en el discurso periodístico en otras áreas, sólo en el ámbito cultural constituyen fuente de información, son voces expertas o protagonistas. Estas limitaciones se atribuyen a prejuicios y estereotipos que aún permanecen en la ideología de periodistas, directivas... por la repercusión que pudiera tener en el público o sencillamente porque son considerados minoría y sus problemas no son del interés del "gran público".

Los temas relacionados con la mujer o la diversidad sexual no ocupan los titulares a menos que se dedique el espacio a un tema específico por tratarse de una fecha particular (día en respuesta a la violencia contra las mujeres y las niñas). Aunque se dan pasos en lo que respecta al lenguaje, todavía hay

expresiones de sexismo fundamentalmente en la omisión, no se expresan estrategias discursivas de ocultamiento.

Los elementos del lenguaje audiovisual son fundamentales para elaborar productos comunicativos inclusivos. Aunque todos/as coinciden con este criterio sólo quienes poseen conocimiento teórico sólido sobre el tema o una actitud de compromiso, reparan en estas cuestiones y se trazan estrategias para no ser sexistas. El resultado es que de forma reiterada se reproducen no sólo en el lenguaje también en la visualidad, los estereotipos tradicionales de lo femenino y lo masculino. De manera que cohabitan estrategias inclusivas con formas sexistas en el discurso.

Por otra parte, los códigos cromáticos en el diseño gráfico y la escenografía (rosado, rojo, naranja, amarillo), transgreden los colores que predominan en espacios informativos (azul, blanco, gris), asociados a lo masculino. Sin embargo, el empleo de otros elementos audiovisuales como la fotografía o el video, está condicionado por las opciones que depara Internet y que en la mayoría de los casos son sexistas, lo que implica prestar mayor atención y filtrar estos elementos.

Esta cuestión es más compleja si se carece de las herramientas para dilucidarlo, teniendo en cuenta además las posibilidades que brindan para apoyar los presupuestos de la información o para proveer de otra perspectiva, y al mismo tiempo, el efecto negativo que pueden producir si son mal utilizados.

Las temáticas de género no se incluyen entre las prioridades temáticas del medio y la transversalización del género no constituye una política institucionalizada. La inclusión de estos temas se debe a la cultura e ideología profesional de los y las comunicadoras que conforman el equipo de realización

Conclusiones

En el discurso periodístico audiovisual de Portada Informativa se evidencia el empoderamiento de feminidades emergentes y masculinidades no hegemónicas como actores de la comunicación (periodistas), en el tratamiento de temáticas en las que tradicionalmente fueron desplazados/as. Sin embargo, en el tratamiento de las fuentes continúan reproduciendo estereotipos y roles tradicionales, al igual que en la selección de las voces en off (otros actores de la comunicación) para las secciones Ámbito cultural, Ámbito deportivo y en determinados géneros periodísticos como el editorial y el comentario.

En la superestructura de PI se jerarquizan las noticias relativas al ámbito de lo masculino hegemónico, respecto a las informaciones sobre feminidades emergentes y masculinidades no hegemónicas. No así en las macro o microproposiciones, aunque se evidencia sexismo lingüístico en el uso del masculino genérico, no a nivel léxico. Se utilizan estrategias para legitimar formas emergentes de feminidad y masculinidad; sin embargo cohabitan con estrategias que construyen simbólicamente a partir de la reificación y la unificación, en códigos lingüísticos pero fundamentalmente en códigos audiovisuales.

La falta de capacitación, la carencia de una política de medios con perspectiva de género, así como el contexto social, histórico y cultural determinan la construcción social de feminidades y masculinidades en el discurso periodístico audiovisual de PI.

Recomendaciones

- Realizar cursos, talleres y otras forma de superación con especialistas en Teoría de Género y Comunicación que permitan a periodistas, directivos/ as y equipo de realización técnico- artística, armarse de herramientas teóricas y metodológicas para elaborar productos comunicativos inclusivos.
- Elaborar una carta de estilo que conciba la perspectiva de género no sólo en el tratamiento de estas cuestiones sino en la transversalización de género en el tratamiento informativo y las rutinas productivas.
- Propiciar una Política de medios con perspectiva de género en TV Camagüey.
- Incorporar como fuentes informativas agencias de información que tienen como objetivo visibilizar y empoderar a las mujeres: SEMLAC, Artemisa noticias, CIMAC...
- Ampliar los estudios sobre construcción social de género a otros espacios de los medios locales.
- Realizar estudios similares en Portada Informativa y otros espacios de medios locales que incluyan el análisis de cuestiones como la racialidad, discapacidad, contracultura y otras formas de discurso contrahegemónico.

Bibliografía

- Alfaro, M. (2008). Develando el género: elementos conceptuales básicos para entender la equidad. En C. N. Hernández (Comp.), *Género. Selección de lecturas*. (1era Ed., 69- 88) La Habana: Caminos.
- Alonso, M. y Saladrigas, H. (2002). *Para investigar en Comunicación Social. Guía didáctica*. La Habana: Pablo de la Torriente.
- Álvarez, M. (2009). La construcción social de la feminidad y la masculinidad. Papel de la comunicación interpersonal. En C. N. Hernández (Comp.), *Género. Selección de lecturas complementarias*. (1era Ed., 116- 132) La Habana: Caminos.
- Arana, E. (1999). Telediarios y homogeneización informativa en televisión. *Mediátika*. (7), 71- 78.
- Araujo, N. (2000). Repensando desde el feminismo los estudios latinoamericanos. *Lectora*. 5 (6), 55- 65.
- Ayora, M. & Trujillo, F. (s.a.). Estructura temática de las noticias de prensa sobre violencia doméstica: Un ejercicio de Análisis Crítico del Discurso. Granada: Universidad de Granada.
- Basulto, D & Pérez, Y. (2013) *Análisis de la construcción del discurso periodístico audiovisual del NTC*. Trabajo de grado, Licenciatura en Periodismo, Universidad de Camagüey, Camagüey, Cuba.
- Beauvoir, S. (s.a.) *El segundo sexo*. [s.l.]: Siglo Veinte.
- Becerra, A. (2007) Umberto Eco y el análisis semiótico- estructural de los fenómenos socio-culturales. *Nombre falso* (11) 1- 14. [en línea]. Recuperado el 13 de octubre de 2014, de <http://www.nombrefalso.com.ar/apunte.php?id=11>
- Benavides, J. (2008). Una aproximación interdisciplinaria del Análisis Crítico del Discurso (ACD) al estudio de la Historia. *Rhec*. (11), 7-29.
- Bonavitta, P & de Garay, J. (2011). De estereotipo, violencia y sexismo: la construcción de las mujeres en los medios mexicanos y argentinos. *Anagrama*, 9 (18), 15-30.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Butler, J. (2001). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. México D F: Paidós
- Cabeza, M. & Rodríguez, S. (2013). Aspectos ideológicos, gramáticos y léxicos del sexismo lingüístico. *Estudios filológicos*, 52, 7-27.

Calderón, R. (Comp) (2002). *Apuntes para el curso de Metodología de la investigación Científica*. [s.n.]: Ministerio de Educación Superior.

Chaher, S. (2010). Violencia mediática: como erradicar los contenidos discriminatorios de los medios masivos de comunicación. Ponencia presentada en el curso *Géneros y Derechos humanos*, Artemisa: Argentina.

Calderone, M. (2004). *La Trama de la Comunicación*. (1era ed.). Rosario: Universidad Nacional de Rosario.

Cantillo, C. (2010). *Perpetuación de roles de género en la filmografía de Disney: De la ingenua Blancanieves a la postmoderna Tiana (1937-2009)*. Tesis de Maestría no publicada, Universidad Nacional de Educación a Distancia, Málaga, España.

Colle, R. (1998) El contenido de los mensajes icónicos. *Revista Latina de Comunicación Social*. 1- 72.

Comunicación e Información de la Mujer, AC. (2011). *Hacia la construcción de un periodismo no sexista*. México DF: Autor.

Connel, R. (2008). El género como una estructura de la práctica social. En C. N. Hernández (Comp.), *Género. Selección de lecturas*. (1era Ed., 116- 132) La Habana: Caminos.

Consuegra, E. (2009). *Del super macho al metrosexual, representaciones de la masculinidad en la Revista GQ Edición México*. Tesis de Maestría no publicada, Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.

Conwell, J., Bourque, S., Scott J. (2000). El concepto de género. En M. Lamas (Comp), *El género, La construcción cultural de la diferencia sexual*. (1era ed., 1-6). México DF: Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa.

Córdoba, L. (2004). El sexismo y la inequidad en el uso del lenguaje. Ponencia presentada en el Diplomado de *Género y Comunicación*. Instituto Internacional de Periodismo José Martí. La Habana, Cuba.

Da Távola, A. (1991). *La libertad de ver*. La Habana: Pablo de la Torriente.

De la Fuente, M. (2002) El Análisis Crítico del Discruso: una nueva perspectiva. *Contextos*, XIX-XX (37-40), 407-414.

De Lauretis, T. (2000). Diferencias. Etapas de un camino a través del Feminismo. *Cuadernos inacabados*. (35), 229- 231.

Del Valle, Belkis & Estévez, S. (2013). *Algunas consideraciones sobre la sexualidad y los géneros*. Trabajo de investigación, Instituto Superior Pedagógico "Enrique José Varona", La Habana, Cuba.

Depestre, L. (2014). *Cien mujeres célebres en La Habana*. La Habana: José Martí.

Diéguez, D. (2014). Conceptos clave sobre Feminismo y Teoría de Género. Ponencia presentada en Taller Especializado "Género y Audiovisuales", La Habana, Cuba.

Digón, P. (s.a.) *Las "otras noticias" y los telediarios españoles: una propuesta de análisis*. Coruña: Universidad de Coruña.

ECO, U. (1986) *Televisión: la transparencia perdida, la estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen,

Edith, D. (2014, 21 de abril). Género y Comunicación: una mirada a la Academia. Mensaje dirigido a <http://www.redsemlac.net/corresponsalia-cuba>

Escalona, K. (2014, 23 de noviembre). Periodismo con enfoque de género: más allá del sexo de quien escribe la noticia. Mensaje dirigido a <http://www.redsemlac.net/corresponsalia-cuba>

Fernández, A. (2012). Representaciones sociales: mujeres al volante ¿peligro constante?. *Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana* 7 (34), 1-34.

Fernández, M. (2013). Sexismo y Lengua. ¿Qué nos dicen los enfoques discursivos?. *Revista de Investigación lingüística*, (16), 43-60.

Fonseca, C. & Quintero, M. (2009). La teoría Queer: la de-construcción de las sexualidades periféricas. *Sociológica*, 24 (69), 43- 60.

Forero, J. & Hurtado, D. (2013). ACD: una propuesta para el análisis de política pública de género. *Discurso & Sociedad*, 7(2), 257-289.

Franulic, A. (2015). Una lingüística desde el feminismo radical de la diferencia. *Estudios feministas*. (1).

García, A. (2009). *El discurso de los telediarios*. Disertación doctoral no publicada, Universidad de Barcelona, Barcelona, España.

García, O. (2002). *La escritura a conciencia. Aurelia Castillo: una escritora olvidada*. Camagüey: Ácana.

Gargurevich, J. (1989). *Géneros Periodísticos*. La Habana: Pablo de la Torriente.

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N. (2007) Crecer con la televisión: perspectiva de aculturación. *Nombre falso* (2), 1- 18.

Glorichová, E. (2013). *El análisis de las discusiones de Internet de la inmigración y la representación de la imagen del inmigrante en España*. Tesis de maestría no publicada, Universidad Palackého Volomouci, Olomouci.

Gómez, M. (2005). Los nuevos géneros de la neotelevisión. *Agenda abierta*. (12), 1-8.

González, A. & Castellanos, B. (s.a.). *Sexualidad y géneros. Alternativas para su educación ante los retos del siglo XXI*. La Habana: [s.n.].

González Castro, V. (2006). *Para entender la televisión*. La Habana: Pablo de la Torriente.

González, I. (2009). *Retar el sentido común. Formas de apropiación de los discursos sociales contrahegemónicos en la construcción periodística de la realidad. Un estudio de caso único: la agencia de información Inter Press Service (IPS)*. Tesis de maestría no publicada, Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.

Desafíos hacia una comunicación no sexista.(2012, 29 de junio). Mensaje dirigido a <http://www.redsemlac.net/corresponsalía-cuba>

González, J. C. (2010). *Macho varón masculino. Estudio de Masculinidades en Cuba*. La Habana: Editorial de la Mujer.

González, M. (2012). *Chile en AP: a través del espejo*. Trabajo de grado, Licenciatura en Periodismo, Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.

González, V. (1989). *Profesión: comunicador*. La Habana: Pablo de la Torriente Brau

Gordillo, L. (2008). *Una aproximación a la presentación social de la feminidad y la masculinidad en el video clip cubano actual*. Trabajo de grado, Licenciatura en Periodismo, Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.

Gordo, R. (2015). *Análisis a la construcción del discurso periodístico audiovisual del espacio informativo-noticioso Portada Informativa de Televisión Camagüey*. Trabajo de grado, Licenciatura en Periodismo, Universidad de Camagüey, Camagüey, Cuba.

- Haber, Y. (2013). *Tinta negra para recurrar el periodismo*. Santiago de Cuba: Oriente.
- Hall, S. (2004). Codificación y descodificación en el discurso televisivo. *Cuadernos de Información y Comunicación*. (9), 210- 236.
- Helman, A. (2001). Las concepciones feministas en la historia del pensamiento cinematográfico. *Criterios*, (16).
- Hernández, H. (2008). *Una aproximación a la realidad social de la mujer cubana a través de la narrativa de los noventa*. Trabajo de grado, Licenciatura en Periodismo, Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.
- Especialista demanda política de género en medios cubanos*. (2014, 16 de junio). Mensaje dirigido a <http://www.redsemlac.net/corresponsalia-cuba>
- Hernández, I. (2014). *Violencia de género. Una mirada desde la Sociología*. La Habana, Cuba: Científico- Técnica.
- Hernández, S., Fernández, C. & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación* (4ta. Ed.) México DF, México: McGraww-Hill Interamericana.
- ICRT (2011). *Manual de Producción General de Televisión*. Camagüey: ICRT.
- Kaba, F. (2006). *Detrás de la pantalla. La representación social de género de los profesionales de la comunicación de la estación de televisión de la Radio Televisión Guineana*. Trabajo de grado, Licenciatura en Periodismo, Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.
- Lagarde, M. (2008). La multidimensionalidad de la categoría género y del Feminismo. En C. N. Hernández (Comp.), *Género. Selección de lecturas*. (1era Ed., 35- 43) La Habana, Cuba: Caminos.
- Lamas, M. (1996). Problemas sociales causados por el género. En C. N. Hernández (Comp.), *Género. Selección de lecturas*. (1era Ed., 267- 270) La Habana: Caminos.
- Lankshear, C. & Knobel, M. (2000). Problemas asociados con la metodología de la investigación cualitativa. *Perfiles*. 22, (87), 6- 27.
- Legaño, J. (2007). *Por las venas de la política editorial de Juventud Rebelde Un acercamiento a la política editorial sobre temas nacionales del diario Juventud Rebelde*. Trabajo de grado, Licenciatura en Periodismo, Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.

Londoño, I. (2009). Tras las huellas del poder. Reflexiones en torno al discurso como herramienta de abuso de poder y de dominación. Entrevista a Teun A. Van Dijk. *Núcleo*. (26), 317-336.

El poder del discurso y el discurso del poder. Entrevista a Teun Van Dijk. (2009). *Onomázein*. (20), 195- 210.

López M. & Rodríguez, Y. (2009). *El gran salón de los espejos. Ideologías profesionales que inciden en la construcción de género reflejada en la producción periodística de Prensa Latina e Inter Press Service*. Trabajo de grado, Licenciatura en Periodismo, Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.

Maffía, D. (s.a.). *Feminismo, igualdad, diferencia y postcolonialismo*. Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.

Mangieri, R. (1990). *El saber de la imagen*. La Habana: Pablo de la Torriente.

Manzano, V. (s.a.). *Introducción al análisis del discurso*. [s.l.]: [s.n.]

Martini, S. (2000). Periodismo, noticia y noticiabilidad. *Nombre falso* (2), 1- 23.

Martín, M. & Piñuel, J. (1982). *Teoría de la Comunicación. Epistemología y análisis de la referencia*. La Habana: Pablo de la Torriente.

Martynowskyj, E. (2013, septiembre). Un análisis crítico de las noticias sobre violencia de género en la prensa. "El caso del loco de la ruta" (Argentina, 1996-2004). Ponencia presentada en *Seminario Internacional Fazendo gênero 10 Desafios atuais dos Feminismos*, Florianópolis, Brasil.

Meerhson, C. (2005). Introducción a Teun Van Dijk: análisis del discurso. *Cinta de Moebio* (24), 1-16.

Mengo, R. (2004). El discurso como acción social. *Revista latinoamericana de Comunicación Social*. 7 (58), 1- 10.

Minello, N. (2002). Masculinidades: un concepto en construcción. *Nueva Antropología*, 18 (61), 11- 30

Mora, M. (2002). La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. *Athenea Digital*. (2), 1- 25.

Morant, N. (1998). Social representations of gender in the media: Quantitative and qualitative content analysis. En D. M. Wetherell, *Doing Social Psychology*. London: Sage.

Moya, I. (2002). De Gutenberg al microchip, rompiendo silencios. En *Aula de Cultura Iberoamericana. Selección de Conferencias 2001-2002*. Centro Cultural de España, España.

El sexo de los ángeles. Una mirada de género a los medios de comunicación. (2010). La Habana: Centro Félix Varela.

Muñoz, J. (2014). Construcción de las feminidades y las masculinidades en el periodismo deportivo de los medios impresos Granma y Juventud Rebelde. Análisis de la cobertura de los Juegos Olímpicos de Londres 2012. Ponencia presentada en el *XI Encuentro Iberoamericano de Género y Comunicación*, La Habana, Cuba.

Murillo, J. (2015, 15 de mayo). *Ni una menos. Un texto para pensar nuestras intervenciones*. [Mensaje 1]. Mensaje dirigido a <http:// analisisdeldiscurso2015.blogspot.com/2015/05/ni-una-menos-un-texto-para-pensar>

Orozco, G. (1997). *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. México DF: Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario.

Ortells, S. (2014). Mercantilización e infoentretenimiento: la base de las nuevas noticias. *Quaderns del CAC* 36. 14 (1), 35-41.

Perera, M. (2003). *A propósito de las representaciones sociales : apuntes teóricos, trayectoria y actualidad*. [en línea] Recuperado el 20 de enero de 2015, de www.biblioteca.clacso.org.ar/Cuba/cips/20130628110808/Perera_perez_repr_sociales.pdf

Pestano, J. (2008). Tendencias actuales en la estructura y contenidos de los informativos de televisión. *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, 453-462.

Pineda, E. (2013). *Discursos y representaciones de las mujeres en 3 Dibujos Animados de la Televisión Actual*. Tesis de Maestría no publicada, Universidad Central de Venezuela, Caracas, Venezuela.

Piñero, S. (2008). La teoría de las representaciones sociales y la perspectiva de Pierre Bourdieu: Una articulación conceptual. *Revista de Investigación Educativa*. (7) 1- 19.

Plan de Acción Nacional de la República de Cuba de Seguimiento a la IV Conferencia de la ONU Sobre la Mujer. (1997). En *Gaceta Oficial de la República de Cuba*. Consejo de Estado, Cuba.

Rodríguez, I. (2014, mayo). Construcción social de género en el discurso periodístico. ¿Qué y cómo se estudia en la Universidad de La Habana? Ponencia presentada en el *XI Encuentro Iberoamericano de Género y Comunicación*, La Habana, Cuba.

Roque, A. (2009, 8 de febrero). *Derechos Homosexuales en Cuba: por el respecto a la dignidad humana* [Mensaje 1]. Mensaje dirigido a [http://homosapiens@cuba/Derechos Homosexuales](http://homosapiens@cuba/Derechos_Homosexuales)

Rovetto, F. (2010). *La representación del trabajo de las mujeres en los medios de comunicación. El caso de las mujeres inmigrantes*. [en línea]. Recuperado el 29 de mayo de 2015 en, <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18118913006>

Rubin, G. (1996). El tráfico de mujeres: Notas sobre la "economía política" del sexo. En M. Lamas (Com.) *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual*. (1era ed. pp. 35-96). México DF: PUEG

Sandoval, C. (2002). *Investigación cualitativa*. [s.l.]: ARFO Editores e Impresores Ltda.

Santander, P. (2011). Por qué y cómo hacer análisis del discurso. *Cinta de Moebio* (41), 207-224.

Segura, R. (2006). *En torno a la televisión*. La Habana: Félix Varela.

Shoemaker, P. & Reese, S. (1991) *La mediatización del mensaje. Teorías de las influencias en el contenido de los medios de comunicación*. México DF: Diana.

Silva, O. (2002). Análisis del Discurso. *Razón y Palabra*. (26), 1-9.

Valdés, M. (2008). *Aurelia Castillo: ética y feminismo*. La Habana: Centro Félix Varela.

Valladares, C. (2012). *Análisis del discurso de género en los programas televisivos de producción nacional dirigidos a mujeres: "Milena tu amiga", "Grandiosas" y "De mujer a mujer", transmitidos de febrero a abril de 2012*. Tesis de Maestría no publicada, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, Antiguo Cuscatlán, El Salvador.

Vallejo, C. (2005). *Representación de violencia contra las mujeres en la prensa española (El País/ El Mundo) desde una perspectiva crítica de género. Un análisis crítico del discurso androcéntrico de los medios*. Disertación doctoral no publicada, Universidad Pompeu Fabra, España.

Valles, M. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis.

Van Dijk, T. (1983). Estructuras textuales de las noticias de prensa. *Análisis. Quaderns de comunicació i cultura*. (7-8), 77- 105.

La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información.(1990). Madrid: Paidós.

La ciencia del texto. Un enfoque interdisciplinario. (1992). Madrid: Paidós.

Discurso, poder y cognición social. Conferencias de Teun A. Van Dijk. (1994). *Cuadernos*. 2 (2), (1-92)

Opiniones e ideologías en la prensa. (1996). *Voces y culturas*. (2), 9- 50.

El análisis crítico del discurso. (1999). *Anthropos*. (186), 23- 36.

Discurso y racismo. (2001). En D. Goldberg & J. Salomos (Ed.) *The Blackwell Companion to Racial and Ethnic Studies*. (1era ed., pp. 191- 205) Oxford, EE.UU.: Blackwell.

Estructuras y funciones del discurso, una introducción interdisciplinaria a la lingüística del texto y a los estudios del discurso.(2001). México D F, México: Siglo Veintiuno.

Algunos principios de la Teoría del Contexto. (2001). *Aled. Revista latinoamericana de estudios del discurso*, 1 (1), 69- 81.

La multidisciplinaridad del análisis crítico del discurso: un alegato a favor de la diversidad. (2003). En R. Wodak & M. Meyer. *Métodos de análisis crítico del discurso*. (1era ed., pp. 143- 177). Barcelona: Gedisa.

Política, ideología y discurso. (2005). *Quorum Académico*. 2 (2), 15- 47.

Ideología y análisis del discurso. (2005). *Utopía y praxis latinoamericana*. 10 (29), 9- 36.

Van Dijk, T. (2001). El análisis crítico del discurso del discurso y el pensamiento social. *Athenea Digital*. (1)

Vasallo, N. (1995). La Evolución del Tema Mujer en Cuba. *Revista cubana de Psicología* , 12 (1-2).

Vázquez, S. (2010). *La construcción social de género en el discurso periodístico de la sección "En Cuba" de la revista Bohemia*. Trabajo de grado, Licenciatura en Periodismo, Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.

Velasco, M. (2003), Metáfora y género: Estudio prototípico en la publicidad de la Revista British Cosmopolitan. *Odisea*, (4), 171-208.

Verón, E. (1983). Está ahí lo veo, me habla, Noticiero televisivo. *Revista Comunicativa*. (38) 1-20.

Vidal, J. (2002). *Medios y públicos: Un laberinto de relaciones y mediaciones. Estudios sobre los efectos y la recepción de los mensajes mediáticos*. La Habana: Pablo de la Torriente.

Violeta, N. (2013). *La homo-lesbofobia en el discurso: Análisis del debate para la aprobación del matrimonio entre personas del mismo sexo en la Sesión Ordinaria de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, 21 de diciembre de 2009*. Trabajo de grado, Licenciatura en Lenguas y Literaturas Hispánicas, México D. F, México.

Wolf, M. (1994) *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.

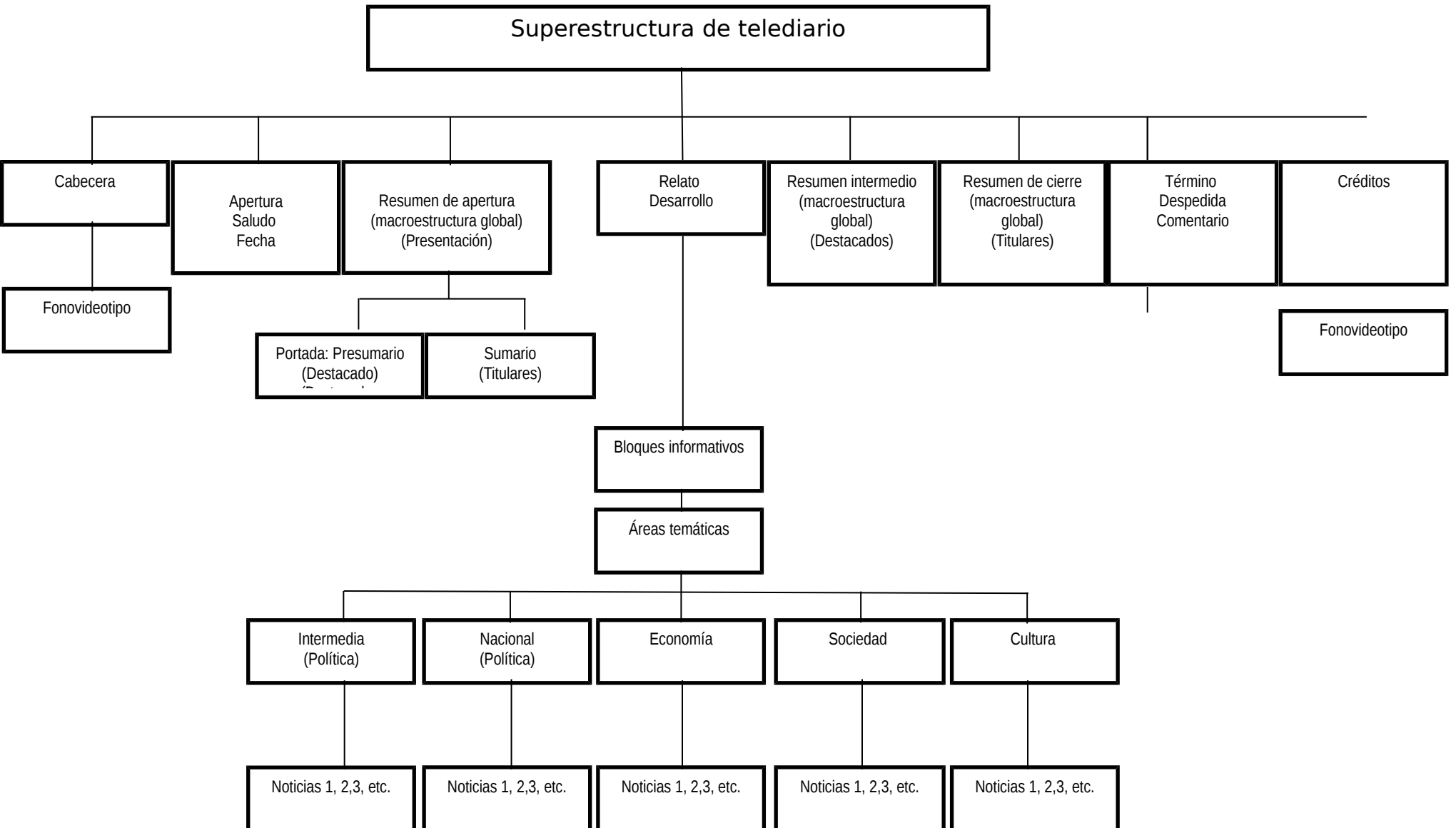
La investigación de la comunicación de masas. (2007). La Habana: Félix Varela.

Wolf, V. (2008) *Una habitación propia*. Barcelona: Seix Barral.

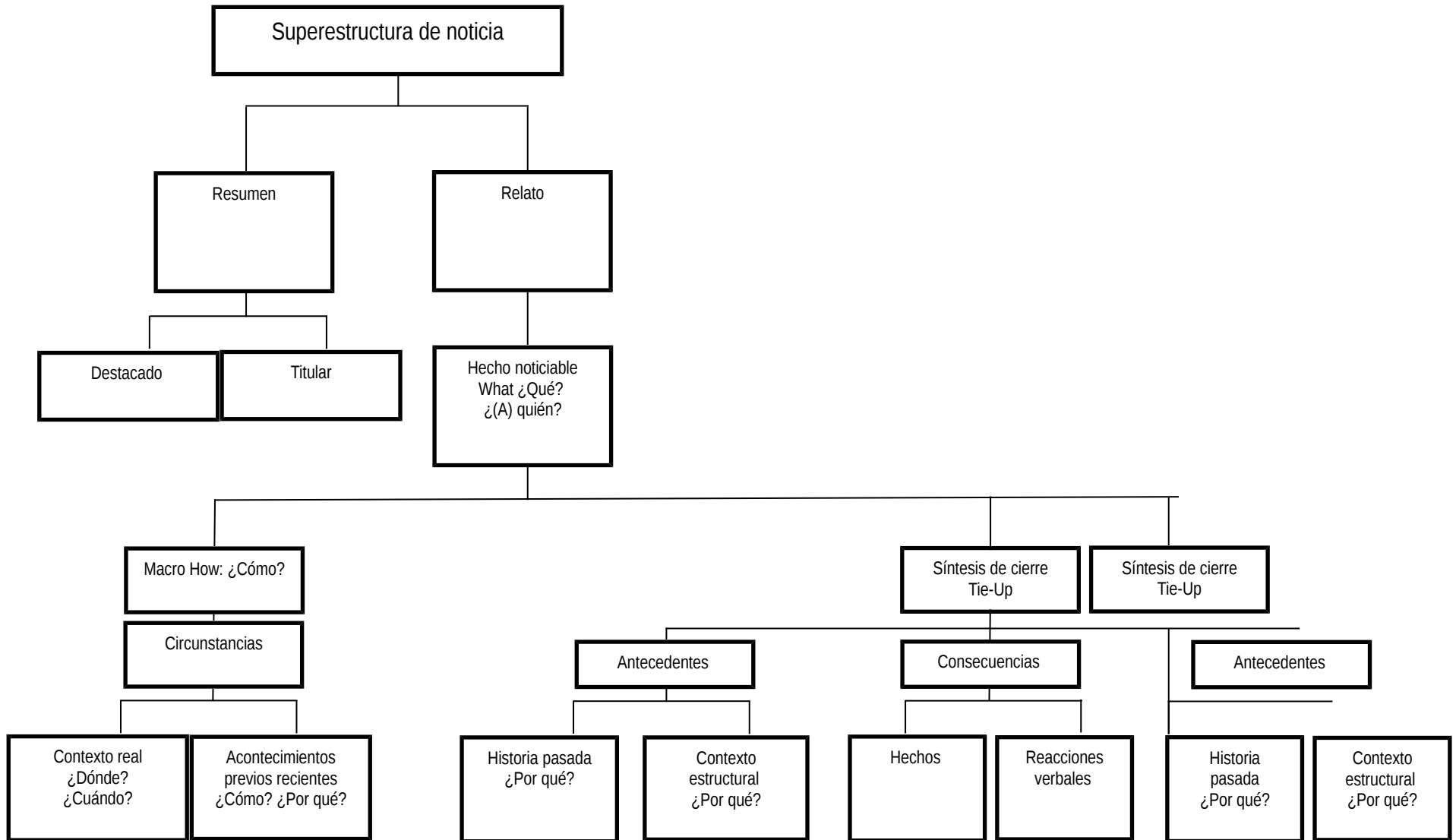
Zapata, M. (2001). Más allá del machismo. La construcción de masculinidades. En M. Sandoval (Ed.), *Género, feminismo y masculinidad en América Latina*. (1era ed., pp. 225- 245). El Salvador: Böll.

Anexo 1

Anexo X



Anexo 2



Anexo 3

Estructura organizacional de Televisión Camagüey



Anexo 4

Ficha técnica

Ficha Técnica del espacio informativo-noticioso Portada Informativa de Televisión Camagüey

(Obtenida en formato digital del Departamento de Programación)

FICHA TÉCNICA DE PROGRAMAS:

NOMBRE DE PROYECTO	Portada Informativa		
GENERO:	Informativo noticioso		
TEMA	Información sobre los sucesos noticiosos acontecidos en nuestra provincia, Cuba y el mundo; con énfasis en las informaciones de diferentes sitios en internet.		
TIEMPO DE TRANSMISIÓN	12 minutos.		
FRECUENCIA TX	Lunes a Viernes.		
HORARIO DE TX	12.00 pm		
DESTINATARIO	Público general.		
VIVO	X	GRABADO	

	TIEMPO TOTAL DE REALIZACIÓN:	22.00 horas
	DE ELLO:	
1.	ETAPA PREPARACIÓN:	8.00 horas.
2.	ETAPA GRABACIÓN:	6.00 horas.
	DE ELLO:	
	EN ESTUDIO:	1.00 horas
	EN EXTERIORES:	5.00 horas.
3.	ETAPA DE MONTAJE:	8.00 horas.

FUNCIÓN:

Brindar con inmediatez, a través de la programación del mediodía de TV Camagüey, las noticias más relevantes del quehacer económico, político, social, cultural y deportivo de Camagüey, Cuba y el mundo, acontecidas durante las últimas 24 horas; destacar el trabajo periodístico que realizan los diferentes sitios web; así como ejercer la crítica periodística y reflejar el sentir de la población.

OBJETIVOS:

- . Brindar información actualizada del acontecer económico, político, social, cultural y deportivo de la provincia, el país y el mundo.
 - . Destacar el quehacer de los sitios web periodísticos.
- . Estimular la programación informativa de TV Camagüey.
 - . Ser voz e imagen de los sitios web periodísticos con los que cuenta la provincia.
- . Ejercer la crítica periodística.
 - . Formar y promover valores, tales como: honestidad, solidaridad, patriotismo, humanismo, ética, cultura, etc.

ESTRUCTURA:

Es un programa con realización en vivo, desde el estudio de TV Camagüey. El conductor correspondiente (días alternos) permanecerá de pie, se apoyará en su discurso con el uso de una laptop o tablet que imite la conectividad con páginas web, ofreciendo inmediatez.

Previamente se ultimarán en edición las imágenes que servirán de apoyo y graficación al texto del conductor, así como la realización de las secciones.

El conductor, a través de noticias comentadas y las secciones propias del programa, brindará información actualizada del quehacer económico, político, social, cultural y deportivo de la provincia; hará un recorrido por los diferentes sitios web periodísticos del territorio, el país y el mundo, resaltando los materiales periodísticos de mayor repercusión. Contará básicamente con quince secciones.

Las secciones permanentes del programa: “Camagüey.cu”, “Cuba en la Web”, “Hoy el Mundo”; “Fotoreporte”; “Ámbito Cultural” y “Ámbito Deportivo” serán editados previamente a la salida al aire y tendrán la locución en off de los dos locutores correspondientes. La locución deberá ser dinámica, empática y acorde a los diferentes géneros periodísticos: fundamentalmente noticia y comentario.

Las secciones “Miradas” y “Reporte Especial” saldrán al aire los lunes, miércoles y viernes. El periodista correspondiente las realizará con un equipo y minitécnica para luego editarla previamente a la salida al aire.

La sección “En directo” saldrá al aire siempre que la noticia que se aborde sea pertinente y requiera de la inmediatez. Será grabada por la vía telefónica o con minitécnica poco antes de la transmisión en vivo y luego será editada siempre que el tiempo lo permita, de lo contrario el contacto saldrá al aire en vivo permitiendo el diálogo entre el conductor y el periodista que reporte desde el lugar de los hechos; o la transmisión de las imágenes grabadas sin editar donde tendrá la conducción en cámara del reportero.

Las secciones “Pronóstico del Tiempo” y “Apuntes” las realizará el conductor en vivo y contará con imágenes de apoyo para graficar siempre que sea posible.

Las secciones “Adelantos de Adelante”, “Acontecer” y “Diálogo periodístico” se realizarán en vivo desde el segundo set, su desarrollo será guiado por el conductor del programa y se apoyará en la graficación con diversos materiales.

Anexo 5

No	Fecha	Guionista	Conducción
1	7 de octubre	Raúl del Pino	Yanet Pérez Moya
2	14 de octubre	Raúl del Pino	Sandy López
3	20 de octubre	Sandy López	Sandy López
4	30 de octubre	Rafael Gordo	Yanet Pérez Moya
5	3 de noviembre	Yanet Pérez Moya	Yanet Pérez Moya
6	19 de noviembre	Rafael Gordo	Sandy López
7	24 de noviembre	Yanet Pérez Moya	Yanet Pérez Moya
8	25 de noviembre	Yarisbet Jomarrón	Yanet Pérez Moya
9	2 de diciembre	Yarisbet Jomarrón	Sandy López
10	8 de diciembre	Yarisbet Jomarrón	Yeniska Hall
11	16 de diciembre	Yarisbet Jomarrón	Sandy López
12	7 de enero	Dairy Basulto	Sandy López
13	20 de enero	Yarisbet Jomarrón	Luis E. Quiñones
14	22 de enero	Félix Anazco	Sandy López

Anexo 6

Muestra entrevista

- III. Periodistas y guionistas del espacio informativo-noticioso Portada Informativa de Televisión Camagüey:
 - Yanet Pérez Moya.
 - Dairy Basulto.
 - Raúl del Pino Salfrán.
 - Yarisbet Jomarrón.
 - Félix Anazco Ramos
 - Rafael Gordo
 - Sandy López
- IV. Otros realizadores:
 - II. Directora de Emisión: Meilys Sierra,
 - III. Comentarista deportivo: Luis Eduardo Quiñonez.
 - IV. Locutora del programa: Yeniska Hall Nieves.
 - V. Camarógrafos/as: Ángel García, Javier Lacaba, Edenia Bacallao, Reinaldo Montero.
 - VI. Editores: Rodolfo Beyra, Yunier Ramos.
- V. Directivas del Telecentro:
 - I. Directora General de Televisión Camagüey: Moraima Borges.
 - II. Jefe del Departamento de Programación e Información: Esther Cárdenas.
 - III. Jefa del Grupo Informativo: María Irene Maxan.

Anexo 7

Entrevista en profundidad

Las particularidades de Portada Informativa implican la selección de noticias a partir de un cúmulo considerable de informaciones, en ese sentido, ¿cuáles considera los temas de mayor relevancia?

¿Qué elementos tiene en consideración para la selección de las fuentes?

¿Cómo selecciona las imágenes y otros recursos audiovisuales que acompañan la información?

¿Qué función prevalece en el empleo del lenguaje audiovisual, de reforzamiento a la idea expresada o para proveer de otra perspectiva al material periodístico?

¿Cuáles son los elementos del lenguaje audiovisual más utilizados y por qué?

¿Qué entiende por género?

¿Cómo define lo masculino?

¿Cómo define lo femenino?

¿Qué entiende por diversidad sexual?

¿Ha recibido cursos, conferencias o algún acercamiento teórico a estos temas? Cuáles son las vías de adquisición de ese conocimiento?

¿Considera necesaria la perspectiva de género en la labor periodística? Por qué?

¿En su labor periodística incorpora enfoque de género? Por qué?

¿Existe una política institucionalizada para propiciar un adecuado enfoque de género?

¿En su trabajo qué estrategias asume para evitar el sexismo?

¿Cuáles considera son los temas más recurrentes en PI relacionados con el género?

¿Por qué considera que sea nulo el tratamiento de los temas relacionados con la diversidad sexual?

¿Cuáles son los géneros periodísticos más utilizados para el tratamiento de estos temas? Por qué lo considera así?

¿Cree que los elementos audiovisuales sean importantes en el empleo de un enfoque adecuado de género?

¿Qué opinión le merece el tratamiento de género en PI?

¿Según su opinión cuáles son los valores que prevalecen en el discurso de PI sobre lo femenino y lo masculino?

¿Cuáles considera son los elementos que más influyen en las representaciones de género en PI?

Directora del canal/ J´ Dpto. Informativo

Pudiera referir brevemente algunas de las características del programa PI.

¿Qué elementos se tienen en cuenta en la selección de los periodistas y el resto del personal técnico- artístico?

¿Puede referirse a las particularidades de la política editorial del medio?

¿Cuál es la política existente respecto a la selección de las fuentes?

¿Refiera los criterios de noticiabilidad que se manejan.

¿Qué entiende por género?

¿Cómo define lo masculino?

¿Cómo define lo femenino?

¿Qué entiende por diversidad sexual?

¿Ha recibido cursos, conferencias o algún acercamiento teórico a estos temas? Cuáles son las vías de adquisición de ese conocimiento?

¿Considera necesaria la perspectiva de género en la labor periodística? Por qué?

¿Existe una política institucionalizada para propiciar un adecuado enfoque de género?

Sin embargo algunos profesionales lo utilizan, ¿cuál es su criterio al respecto?

¿Qué estrategias se asumen para evitar el sexismo?

¿Cuáles considera son los temas más recurrentes en PI relacionados con el género?

¿Por qué considera que sea nulo el tratamiento de los temas relacionados con la diversidad sexual?

¿Cuáles son los géneros periodísticos más utilizados para el tratamiento de estos temas? Por qué lo considera así?

¿Qué opinión le merece el tratamiento de género en PI?

¿Según su opinión cuáles son los valores que prevalecen en el discurso de PI sobre lo femenino y lo masculino?

¿Cuáles considera son los elementos que más influyen en las representaciones de género en PI?

Anexo 8

Guía de Análisis Crítico del Discurso

- Superestructura del telediario.
 1. Categoría.
 2. Orden en Resumen.
 3. Tiempo de duración.
 4. Área Temática.
 5. Redacción.
 6. Elementos audiovisuales.

- ACD.
 1. Fecha.
 2. Redacción.
 3. Periodista/ conductor/a.
 4. Categoría de superestructura.
 - a. Cabecera.
 - b. Apertura
 - c. Resumen de apertura.
 - d. Resumen Intermedio
 - e. Resumen de cierre.
 - f. Relato.
 - g. Término.
 - h. Créditos
 5. Sección.
 6. No. Orden.
 7. Duración.
 8. Área temática.
 - Política.
 - Economía.
 - Sociedad.
 - Salud.
 - Educación.
 - Cultura.
 - Deportes.
 - Científico- técnica.
 - Religión.
 - Otras.
 9. Macroestructuras.
 10. Microestructuras.
 - a. Sintaxis (uso de pronombres, construcciones activas o pasivas, estilo, formalidad del registro)
 - b. Análisis lexical.

11. Estrategias discursivas.

1. Autopresentación positiva de nosotros y presentación negativa de los otros.
 - V. Resaltar nuestras buenas propiedades y acciones.
 - VI. Resaltar sus buenas propiedades y acciones.
 - VII. Mitigar nuestras malas propiedades y acciones.
 - VIII. Mitigar sus malas propiedades y acciones.
2. Inclusión/ Exclusión.
3. Argumentación.
 - I. Empleo selectivo de fuentes.
 - II. Uso de cifras.
 - III. Presentación y orden de argumentos.
 - IV. Apelación emotiva.
 - V. Juicios interpretativos y categóricos.
 - VI. Descripción detallada.
 - VII. Ejemplificación.
 - VIII. Posición del emisor.
4. Comparación negativa
5. Lexicalización negativa.
6. Categorización.
7. Concesión aparente.
8. Hipérbole.
9. Generalización.
10. Frases hechas.

11. Expresión normativa.
12. Consenso.
13. Ironías.
14. Interrogación retórica.
15. Aliteración.
16. Intencionalidad.
17. Repetición.
18. Supresión.
19. Sustitución.
20. Presuposición.
21. Vaguedad.
22. Victimización.
23. Estrategias de persuasión.
24. Exotismo.
25. Negación.

12. Género periodístico.

1. Editorial.
2. Comentario.
3. Crónica.
4. Noticia.
5. Reportaje
6. Entrevista.
7. Encuesta.
8. Gráfica.

13. Tratamiento de las fuentes.

- a. Voces utilizadas.
 - I. Hombre.
 - II. Mujer.
 - III. Diversidad sexual.
- b. Protagonismo en la información.

- V. Protagonista.
- VI. Voz Experta.
- VII. Anónima.
- VIII. Víctima.
- IX. Victimario.
- X. Testigo.
 - c. Rol social.
 - d. Nivel educacional.
 - e. Raza.
 - f. Edad.
 - g. Espacios en los que se desarrolla.

V. Privado.

VI. Público.

- h. Atributos. (valores, habilidades, capacidades, caracterización física e intelectual...)
- i. Relación entre los sexos.
- j. Posición del periodista.
 - I. Cuestionamiento.
 - II. Aceptación.
 - III. Apoyo.
- k. Formas de referenciar.
 - Cita Directa.
 - Cita Indirecta.
 - Actante.
 - Referente visual.
- l. Interacción
- VI. Interrupción.
- VII. Turnos de actos de habla.
- VIII. Silencio.
- IX. Cambio de tema.
- X. Adversatividad (correcciones y observaciones, restricciones y sospechas, los boicoteos y las interrupciones bruscas y contrarias)

14. Elementos del lenguaje audiovisual.

- a. Códigos visuales:
 - Paralenguaje
 - Planos.
 - Ángulos.
 - Movimientos de cámara.
 - Composición.
 - Cromática.
 - Proxémica.
 - Cinésica.
 - Iluminación.

- Maquillaje y vestuario.
 - b. Códigos sonoros:
 - I. Música.
 - II. Efectos sonoros.
 - III. Silencio.
 - c. Códigos lingüísticos (sólo se conciben en este acápite los escritos)
 - IX. Infografía
15. Contexto.
- a. Política editorial.
 - b. Contexto socio-cultural.
 - c. Interacción.

Contexto comunicativo.

Anexo 9

Adelante	24
Cubasí	24
Prensa Latina	21
Granma	13
Radio cadena Agramonte	9
Telesur	8
Rusia Today	8
Cubadebate	7
Radio reloj	6
Juventud Rebelde	5
Radio Florida	4
Agencia cubana de noticias	4
Radio Rebelde	4
On Cuba	2
Jit	2
Radio nuevitas	2
Marca.com	2
Cubarte	2
Radio habana Cuba	1
Xinhua	1
Friends futbol	1
Global news	1
Europlus	1
Radio Santa Cruz	1
Radio Camagüey	1
La razón	1
Tv Camagüey	1
Alto nivel	1
Euronews	1
BBC Mundo	1
El mundo	1
Associated Press	1
Mirror	1
Andes	1
FIFA	1

Anexo 10

Redes de Género y comunicación.

CIMAC. Red de Información sobre la Mujer. México. Comunicación e Información de la Mujer (CIMAC) Potente red de mujeres periodistas locales.

<http://www.cimac.org.mx>

FEMPRESS. Red de Comunicación alternativa de la mujer de América Latina. Chile. Servicio de noticias email. Mujeres en conexión de Chile.

<http://mujeresenconexion.mob.cl/>

Red nosotras en el mundo. La Red Nosotras fomenta la perspectiva de género y en los medios comunitarios para contribuir a la democratización de la información.

<http://www.rednosotrasenelmundo.org/>

ISIS INTERNACIONAL. Edita un boletín mensual sobre la mujer. Agencia Internacional de Noticias.

<http://www.isis.cl>

LES PENELOPES. Ciberfemmes. Francia. Televisión Interactiva sobre temas de género. Emisión semanal a través de su Web. Boletines informativos periódicos por e-mail.

www.penelopes.org/espagnol/

MODEMMUJER. Información sobre género en Latinoamérica. Red de distribución de noticias a través de email.

<http://www.modemmujer.org>

MUJERES EN RED. Información nacional e internacional de mujeres. España.

<http://www.nodo50.org/mujeresred>

RIMA. Red de Información y Noticias. Argentina.

<http://www.rimaweb.com.ar>

redinformativademujeres@gruposyahoo.com.ar

RED FEMINISTA. Información y comunicación. España.

www.redfeminista.org

Centro CEMINA – comunicación, educación e información de género – con la Radio Fala Mulher desde Río de Janeiro.

CEMINA. Brasil. www.cemina.org.br Fala Mulher. www.radiofalamulher.com

CHACARERA. Revista papel y Web. Centro de la Mujer Flora Tristán. Perú.
<http://www.flora.org.pe>

CREATIVIDAD FEMINISTA .México. Revista interactiva y militante. Noticias, campañas. Cultura, arte.

<http://www.creatividadfeminista.com>

- SOMOS TELECENTROS

www.tele-centros.org

- LA RED VA. Red de información y noticias. Uruguay.

www.repem.org.uy

- RADIO INTERNACIONAL FEMINISTA. Emisiones Semanales de temas de la mujer desde Costa Rica.

<http://www.fire.or.cr>

RIM. Red Internacional de Mujeres AMARC. Asociación mundial de radios comunitarias, con temas específicos de mujeres.

<http://www.amarc.org>

AMECO - Asociación Española de Mujeres Profesionales de los Medios de Comunicación - España.

AMECOPRESS Información para la igualdad es una agencia de noticias de género.

<http://www.amecopress.net/>

AWMC. Centro Africano de Mujeres en los Medios de Comunicación. África. Edita un Boletín de información sobre mujeres periodistas africanas.

<http://www.awmc.com>

Feministas tramando. Espacio de actualidad periodística abierto sobre el movimiento de mujeres y feministas chilenas. Apuesta por la fuerza política de la comunicación y su poder para transformar el mundo.

feministastramando@gmail.com