

Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas  
Facultad de Ciencias Sociales  
Departamento de Sociología

## Trabajo de Diploma

Título: "La guerra no declarada contra los géneros:  
Sus enfoques en el mensaje televisivo."

Autora: Ana Julia Pino Benavídez  
Tutor: Dr. Ramón Rivero Pino  
Co-tutora: Lic. Mailén Villamañán Alba

Santa Clara 2009





**RESUMEN..... -**

**INTRODUCCION..... 4**

**CAPITULO I: Marco Teórico – Histórico de Género..... 10**

**Epígrafe I.1: Los Enfoques de Género: Ellas y ellos tiene la palabra.....10**

**Epígrafe I.1.1: Género: De los clásicos a los contemporáneos.....11**

**Epígrafe I.1.2: Género: De Latinoamérica a Cuba ..... 20**

**CAPITULO II: Marco Teórico – Histórico de los Medios de Comunicación Masiva.....**  
**..... 27**

**Epígrafe II.1: La comunicación como proceso..... 27**

**Epígrafe II.2: Los medios de comunicación masiva: De los clásicos a los**  
**contemporáneos..... 28**

**Epígrafe II.3: Los medios de comunicación masiva: De Latinoamérica a**  
**Cuba..... 33**

**Epígrafe II.4: La televisión como medio de comunicación..... 36**

**Epígrafe II.5: La televisión desde una perspectiva de género..... 38**

**CAPITULO III: Aparato metodológico – conceptual y análisis de los**  
**resultados..... 42**

**Epígrafe III.1: Aparato metodológico – conceptual..... 42**

**Epígrafe III.1.1: Paradigma de investigación..... 42**

<b>Epígrafe III.1.2: Análisis de las técnicas empleadas.....</b>	<b>44</b>
<b>Epígrafe III.1.3: Diseño de investigación.....</b>	<b>45</b>
<b>Epígrafe III.1.4: Selección de la muestra.....</b>	<b>46</b>
<b>Epígrafe III.2: Análisis de los resultados.....</b>	<b>49</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>59</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>61</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>62</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>70</b>



La presente investigación propone un acercamiento al enfoque de género en el mensaje televisivo de la programación del telecentro Telecubanacán de la provincia de Villa Clara. Se asume la perspectiva de género para analizar desde el código visual, sonoro y verbal cuál es el enfoque que prevalece.

Con tales fines se elige un diseño que se basa en la metodología cualitativa apoyándose esencialmente en la técnica del análisis de contenido, la que permite interpretar y descodificar los significados que se representan en el mensaje emitido por la referida institución.

La muestra fue escogida con carácter intencional, sometiéndose a estudio, tres de los programas presentes en la oferta televisiva, el juvenil Somos de hoy, el de orientación social Pensando en Usted y la revista informativa variada Buenas Nuevas, los que se analizaron en un período de tiempo comprendido desde enero de 2009 hasta mayo del mismo año.

Los resultados evidencian que el término enfoque de género no se tiene en cuenta de manera consciente en la construcción de la programación sino que los mensajes transmitidos responden a roles tradicionales de género producidos inconcientemente debido a la propia formación social de los especialistas. Se encasilla a los géneros en actividades socialmente estereotipadas clasificadas atendiendo a las diferencias sexuales.



Desde el inicio de su historia, el hombre ha tenido la necesidad de comunicarse, tanto con un ente divino y superior como con el resto de individuos de la comunidad; comunicación que se ha producido por medio de pinturas sobre rocas, gruñidos y gestos, iniciándose el camino de la interacción verbal en aquellas primitivas civilizaciones. La comunicación humana no se trata del mero pasaje de información, sino de la creación de sentido, es decir, tiene una fuente (persona o grupo de personas) con el objetivo y la razón necesaria para establecer una comunicación. De esta manera podemos afirmar que la sociedad consiste, esencialmente, en un proceso de comunicación.

La aparición de los medios de comunicación se fue dando gradualmente; en primer lugar surge el periódico, con su primera aparición formal en el siglo XVI. Posteriormente a principios de siglo XIX surge el cine y más tarde la radio. La televisión es un medio muy reciente, aunque su difusión se da a un ritmo vertiginoso. Se entiende por medios de comunicación masiva las tecnologías dedicadas a los procesos sociales de producción de sentido entre personas distantes espacial y temporalmente, siendo instituciones sociales que se vinculan al resto de las instituciones de una sociedad. El desarrollo de las telecomunicaciones inauguró una situación absolutamente nueva en la historia de la comunicación humana: la simultaneidad a distancia, posteriormente denominada comunicación de masas.

Hacia finales del siglo XIX, desde la concepción orgánica de la sociedad prevista por Augusto Comte y Herbert Spencer hasta el análisis de Emile Durkheim respecto a la división del trabajo, quedaron superados por la configuración de una nueva imagen de la sociedad, la cual desdibuja sus rasgos tradicionales para convertirse en una sociedad de masas. Esta evolución desde el punto de vista de una sociedad tradicional, a concepciones modernas, sentó las bases para que en el siglo XX, se produjera un tránsito de una sociedad industrial y burguesa a una sociedad de ocio y consumo: la sociedad postindustrial.

Teniendo en cuenta las distintas corrientes de pensamiento que han confluído en la investigación sobre comunicación de masas, podemos destacar dos líneas fundamentales: la línea norteamericana y línea europea. Las bases filosóficas de la primera se encuentran en el

pragmatismo y el empirismo, mientras que las de la segunda podemos establecerlas en la teoría crítica y el estructuralismo. Las preocupaciones básicas de la línea norteamericana serían su interés por la medición de los procesos de asimilación en la audiencia, la comprobación rigurosa de contenidos temáticos y simbólicos, los estudios de la adecuación del mensaje al canal; todo ello bajo una concepción pasiva y desorganizada de la audiencia y con el objetivo puesto en la persuasión. En la línea europea encontramos preocupaciones radicalmente distintas: el carácter cultural pasivo de los mensajes, el control cultural por los grandes monopolios, los efectos manipuladores de los medios que conducen a la unidimensionalidad y la cosificación, la conversión del mensaje en mercancía; todo ello bajo una perspectiva antropológica de la cultura.

Los medios de comunicación masiva han sido –siguen siendo – garantes de procesos socioculturales que han permitido modificar y transformar las visiones individuales y colectivas de los fenómenos sociales como la violencia, la familia, la educación, el género, el progreso, el desarrollo humano, entre otros. Ocupa en esta investigación la reflexión acerca del enfoque de género en los medios de comunicación masiva, especialmente en la televisión.

El género es uno de los tantos aspectos sociales que determina la identidad de los sujetos como cualquier otro tipo de identidad colectiva y el resultado de esa dialéctica de integración de lo subjetivo y lo objetivo, de lo diferente y lo semejante, de lo individual y lo social. Es un conjunto de prácticas, símbolos, representaciones y valores sociales que las sociedades elaboran a partir de las diferencias sexuales anátomo – fisiológicas y que dan sentido a las relaciones entre personas sexuadas. (Gomaris, Enrique). La asignación de los sexos desde el nacimiento, desencadena la modelación de dos mundos esquemáticos simbólicamente representados como rosado y azul, lo que etiqueta y predetermina casi por completo el presente y futuro de cada individuo según el sexo. De acuerdo con sus genitales y los modelos sexuales culturales la niña o el niño comienzan a desarrollar sentido de pertenencia con su sexo biológico, surge entonces la tendencia a diferenciar por sexos un conjunto de cualidades y funciones. En este proceso no solo las niñas son víctimas de la violencia simbólica, sino que los niños también se ven obligados a construir su propia imagen en consonancia con el patrón cultural masculino de la sociedad. De modo que el niño, se ve

influenciado por un ideal masculino, donde las cualidades fundamentales son, la rudeza, la fuerza, el hecho de no mostrar sensibilidad, no pedir ayuda, no llorar, etc.

El surgimiento de la televisión con sus tres códigos, lo visual, lo verbal y lo sonoro, en la década del cuarenta del siglo XX, posibilitó el desarrollo en los años sesenta, de las investigaciones sobre la presencia de la mujer en los medios de comunicación. Estas investigaciones estaban pautadas por un rasgo reivindicativo y crítico de las imágenes estereotipadas de la mujer, tanto en revistas como en los programas televisivos, y el abuso de la exhibición del cuerpo femenino en los mensajes publicitarios.

Los años setenta marcarían la ruptura de los esquemas tradicionales en torno al tema del género, al reconocer el papel social de la mujer en los medios de comunicación y particularmente en la televisión. Este nuevo contexto implicó una reconfiguración de la situación de la mujer. Se había modificado de manera acelerada una mirada triunfante que nos llevaría a pensar en la equidad y su cumplimiento definitivo. El mundo contemporáneo promovía un rechazo a la cultura del machismo. Toda actitud de fuerza, de daño, violencia, opresión, posesión del hombre hacia la mujer se estigmatizaba como machista. De ahí que el hombre ha producido un repliegue e inhibición de muchas conductas y actividades asignadas a la virilidad sin tener putas de cambio. Esta situación posibilitó la inserción de un nuevo discurso, pero esta vez tomando como punto de partida la masculinidad y la virilidad determinadas por un conjunto de cualidades, sentimientos, aptitudes y pautas de comportamiento culturalmente aceptados y legitimados en el proceso de ser hombres. (Ares, Patricia;-----). Estos jóvenes estudios resaltaban al hombre como víctima de los estereotipos televisivos reproductores de la masculinidad hegemónica<sup>1</sup>. Este contexto social emergente, facilitó la superación del enfoque precedente subrayando que los mensajes televisivos afectaban negativamente a ambos géneros, al constituirse en patrones o paradigmas divisionistas que no permiten a ambos géneros el descubrimiento, el desarrollo y la expresión de cualidades y valores propios del ser humano, sin distinción de sexo. Los Mass Media como reproductores del pensamiento dominante, inculcan valores, normas, conductas y tradiciones legitimadas que los convierten en agentes socializadores de valor apreciable y en

---

<sup>1</sup> Predetermina a los hombres como personas importantes, seres activos, autónomos, fuertes, potentes, emocionalmente controlados, heterosexuales y proveedores.

instrumentos de perpetuación, modificación o variación de los diferentes géneros sociales establecidos.

En estudios realizados sobre el contenido de la televisión en comparación con la realidad, los elementos esenciales aflorados han sido: la escasa presencia de clase obrera o de raza negra, permanente manifestación del patriarcado dentro de la vida familiar, las familias acomodadas son infelices, frente a las pobres que curiosamente aparecen contentas, y los conflictos familiares aparecen entre esposos o hermanos, pero muy poco entre representantes de distintas generaciones (padres-hijos). Lo anterior nos conduce a afirmar que la televisión en la mayoría de los casos no transmite la realidad, sino un mundo ficticio, con estilos de vida elitista, consumista y patriarcal. La televisión es reproductora de los estereotipos que mantiene una sociedad, luego de superarlos, los esquematiza y los representa.

Cuba es un país en camino al socialismo, donde los medios de comunicación masiva se encuentran en manos del estado. Las señales por satélite no son accesibles a la población mayoritaria, no existe televisión por cable, ni mega espectáculos comerciales, y no hay grandes cadenas con ranking de tele audiencia. Cuba sería un caso excepcional en la realidad. El archipiélago cubano es uno de los pocos países donde la influencia de los medios puede ir perfectamente mancomunada al objetivo de la institución escolar, familiar, de organizaciones políticas, en fin, un objetivo común, todos regidos por el poder político. Sin embargo no hemos estado exentos de la influencia de la globalización donde la difusión audiovisual actual, es productora de mentalidad de consumo, reflejando modos de vida capitalista. La temática del género es difundida desde el enfoque de las diferencias sexuales atendiendo a criterios hegemónicos y machistas. El hombre se presenta como sinónimo de virilidad, inteligencia, fuerza, indolencia; mientras que la mujer es equivalente a debilidad, belleza y sentimientos. Pretendemos representar a un sexo femenino libre de tabúes mientras continuamos reproduciendo roles, estereotipos y modelos de vida a seguir que responden a las diferencias biológicas.

La situación antes expuesta motivó la realización de la presente investigación tomando como escenario uno de los telecentros de nuestro país, a fin de constatar el enfoque de género que esta institución reproduce.

Por consiguiente, en relación con lo antes expuesto, se propone el siguiente problema de investigación:

**¿Cuál es el enfoque de género que prevalece en el mensaje televisivo de la programación del telecentro Telecubanacán de la provincia de Villa Clara?**

Planteando como **objetivo general**:

- Analizar cuál es el enfoque de género que prevalece en el mensaje televisivo de la programación del telecentro Telecubanacán de la provincia de Villa Clara.

Teniendo como **hipótesis** de la investigación: El enfoque de género que prevalece en el mensaje televisivo de la programación del telecentro Telecubanacán de la provincia de Villa Clara es aquel que reproduce las relaciones entre los géneros atendiendo a las diferencias sexuales.

Apoyándose en **objetivos específicos** como:

1. Valorar el enfoque sociológico que ha prevalecido en la literatura científica sobre el tema de género.
2. Fundamentar el tratamiento sociológico vigente en la literatura sobre los medios de comunicación masiva.
3. Analizar el enfoque de género vigente en el mensaje televisivo de la programación del telecentro Telecubanacán.
4. Proponer un conjunto de acciones para el tratamiento del enfoque de género en el mensaje televisivo de la programación del telecentro Telecubanacán.

Para dar cumplimiento a los objetivos se ha estructurado el trabajo de la siguiente forma: Primeramente el **capítulo I**, que contiene el marco teórico - histórico del tema de género, analizando el discurso sociológico desde los tres enfoques en que se han desarrollado los estudios del tema, realizando un bosquejo desde los autores clásicos hasta las teorías contemporáneas, pasando por Latinoamérica y Cuba.

El **capítulo II** comprende el marco teórico - histórico de los medios de comunicación abordando la comunicación como proceso y la importancia de la misma en el desarrollo de la sociedad humana. Se realiza una exploración desde las teorías clásicas hasta las contemporáneas, analizando sus dos escuelas fundamentales, concluyendo con el análisis de la televisión como medio de comunicación y particularmente el tratamiento que ofrece al tema.

El **capítulo III** en un primer momento explica el paradigma de investigación asumido, el análisis de las técnicas empleadas, el diseño teórico metodológico y el criterio de selección muestral. En un segundo momento se efectúa el análisis de los resultados y se propone el conjunto de acciones encaminadas al tratamiento del enfoque de género en el mensaje televisivo de la programación del telecentro Telecubanacán.

La **novedad científica** del estudio radica en la ausencia de investigaciones de corte sociológico en la televisión desde una perspectiva de género en la provincia de Villa Clara y particularmente en el telecentro Telecubanacán.

El **aporte científico** radica en ofrecer a la institución cultural Telecubanacán, información actual sobre la televisión, sus impactos e importancia en la formación de valores sociales, así como los principales obstáculos para entender las realidades del género y sus construcciones al interior de los programas, para así superar los estereotipos y proponer la equidad de género.

Los enfoques de género reproducidos en la televisión cubana, se han desarrollado bajo la influencia de la cultura patriarcal y del denominado machismo. En los últimos años la pantalla chica, ha requerido de la inserción de nuevos enfoques relacionados con la formación genérica, que se correspondan con las condiciones de la realidad social existente y que a la vez, sean capaces de desarrollar valores encaminados a la equidad entre los seres humanos y el respeto a la diversidad.



*Capítulo I: “Marco Teórico - Histórico de Género”*

*Epígrafe I.1: Los Enfoques de Género: Ellas y ellos tienen la palabra.*

*“Y creó Dios al hombre, ... varón y hembra los creó”*

*Génesis 1:27*

El concepto de género ha sido utilizado por la comunidad científica para expresar en un primer momento, la inequidad construida socialmente para con el sexo femenino. El discurso feminista se encargó de resaltar la presencia de la mujer en la sociedad como objeto y no como sujeto de ella, solicitando – en coherencia con el contexto – los derechos que se les habían usurpado a las mujeres a lo largo de la historia. Los autores clásicos de la sociología marginaron el análisis del género como una construcción social y cuando fue incluido, lo hicieron de una forma acrítica y conservadora refiriéndose fundamentalmente a la institución familiar, no solo se opusieron al feminismo, sino que en sus obras hay una marcada tendencia a invisibilizar la problemática de las mujeres o justificar como natural su subordinación. Estos cultivadores clásicos contribuyeron con sus ideologías a legitimar la brecha entre lo femenino y lo masculino, generando un segundo enfoque en el análisis del género como problemática; las relaciones entre los hombres y las mujeres centradas solo en las diferencias sexuales. Las investigaciones de este nuevo enfoque visualizan las discriminaciones de un sexo para con otro<sup>2</sup>, resaltando lo femenino y lo masculino como caras de una moneda que actúan en ámbitos diferentes, encasillados en funciones contrapuestas; rol expresivo para las mujeres y rol experimental para los hombres, las primeras destinadas para intervenir en el mundo privado mientras que los segundos ejercerán en el mundo público, considerando a ambos sexos víctimas, de estas esferas opuestas de la vida social. Esta segunda posición teórica aún prevalece, en contradicción con la realidad social, la que ha demostrado, que esta visión se ha convertido en un

---

<sup>2</sup> Los estudios de la mujer destacan al sexo femenino como víctima de la opresión masculina, mientras que los estudios de las masculinidades señalan que el hombre es también un producto de lo que socialmente se espera. Las diferencias que describen las investigaciones se manifiestan en los roles que desempeñan, en la división del trabajo, en el espacio doméstico y público, además en las relaciones de poder que se derivan precisamente de las diferencias de género (construcción social) y no del sexo (construcción biológica).

elemento residual, dando paso a un componente emergente, es decir, un tercer enfoque de género, que va más allá de la discriminación de los hombres hacia las mujeres o viceversa, sino que analiza elementos marginales y discriminatorios que se gestan también al interior de grupos sociales de un mismo sexo<sup>3</sup>. Este tercer enfoque de género analiza la exclusión a la que someten a hombres y mujeres que no se encuentran en consonancia con la imagen masculina o femenina que la sociedad maneja como ideal y correcta. Investigaciones actuales muestran la discriminación / subordinación de hombres y mujeres clasificados según su nacionalidad, raza, preferencia sexual o clase. Las opresiones funcionan semejantemente, sea por medio del racismo, de la homofobia, del heterosexismo o del clasismo. El tercer enfoque al cual han llegado los estudios de género se considera la base teórica del primer capítulo, siendo la posición a juicio de los autores, más ajustable a las condiciones actuales de las problemáticas relacionadas con el tema que nos ocupa.

## *Capítulo I: “Marco Teórico - Histórico de Género”*

### *Epígrafe I.1.1: Género: De los Clásicos a los Contemporáneos.*

*“Los géneros no pueden ser ni verdaderos ni falsos, ni reales ni aparentes, ni originales ni deriva. Sin embargo, como portadores creíbles de esos atributos, los géneros también pueden volverse total y radicalmente increíbles”.*

*Judith Butler*

Las definiciones de género son variables según las necesidades e intereses de las diversas culturas o sociedades y son prescriptivas; como cualquier norma prescriptiva, tienen una doble faz, por una parte se presentan como un modelo o prototipo a imitar, al que se debe ajustar la conducta, y por otra, como una prohibición de lo que no se debe hacer.

El género como categoría que implica la relación hombre – mujer, nace en el pensamiento feminista, el cual se centra en el papel y lugar de la mujer en la sociedad, enfatizando su ubicación como segundo sexo. El feminismo como polémica; es considerado la primera manifestación del pensamiento feminista, el cual se desarrolló de manera aislada y asistémica, sin embargo sus defensores marcaron pauta en la conformación de un discurso a

---

<sup>3</sup> El tercer enfoque en los estudios de género analiza las discriminaciones de las mujeres con mujeres y de hombres con hombres. Tomando como unidad de análisis las diferencias en los patrones socialmente construidos en torno a la sexualidad, raza, clase social, creencias religiosas, etc. De esta manera las mujeres u hombres homosexuales, negros (as), campesinos (as), cristianos (as), etc., son marginados de acuerdo a la cultura de cada sociedad.

favor de las mujeres. Entre sus principales exponentes tenemos a Francois Poulain de la Barre, feminista, que escribió las obras: *“De los dos sexos”* (1673) y *“De la educación de las damas”* (1674). Así como la ilustrada española Josefa Amar con sus libros *“El Discurso sobre la educación física y moral de las mujeres”* (1769) e *“Importancia de la instrucción que conviene dar a las mujeres”* (1784). (Valdés, Mercedes; 2005). El feminismo se desarrolló por olas, promoviéndose en la primera de estas un feminismo de igualdad donde se solicitaba la igualdad desde todos los puntos de vista sin distinción de sexos. En esta ola se destaca la ilustrada británica Mary Wollstonecraft (1759-1797) quien enunció la primera formulación de la ética feminista con su obra *Vindicación de los Derechos de la Mujer* (1792), con la que se inicia la larga tradición del feminismo anglosajón. La clave para Wollstonecraft, consistía en superar la subordinación femenina y lograr el acceso a la educación. Las nuevas mujeres educadas no sólo alcanzarían un plano de igualdad con respecto a los hombres, sino que podrían desarrollar su independencia económica accediendo a actividades remuneradas.

La segunda ola feminista, tuvo su punto de partida en la Revolución Francesa (1789), momento histórico donde se promovió de manera colectiva, la voz de las mujeres, articulándose por primera vez, tanto en la teoría como en la práctica, como un grupo social oprimido con intereses y características propias. En este acontecimiento histórico, marcado por los principios de “Libertad, Igualdad y Fraternidad”, es donde Olimpia de Gouges, engendra su mejor obra: *“La primera Declaración de los “Derechos de la Mujer y la Ciudadana”* (1791), resultado de la inexistencia de tal libertad proclamada por la revolución, ya que se refería a la igualdad moderna, la que hacía iguales solo a los hombres, por estar dotados de la individualidad universal. Los derechos enunciados en la " Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano"(1789) que proclamaba la Revolución francesa se referían en exclusiva al "hombre" no al conjunto de los seres humanos. En Europa Occidental y Norteamérica comienza un movimiento feminista, que luchó por la igualdad de la mujer y su liberación, y defendía el derecho de las mujeres al sufragio.

Las protestas feministas cobraron mayor intensidad en el siglo XIX, período en el cual aparece la Sociología. El proceso de institucionalización de esta disciplina comienza a inicios del siglo XX, período en el cual se expande el feminismo. Esta coincidencia histórica indudablemente no fue aprovechada en su totalidad por la nueva ciencia social (Sociología),

ya que para los pioneros de la Sociología el género era un tópico irrelevante, dando respuestas básicamente conservadoras a los argumentos feministas.

La Sociología a escala internacional se ha caracterizado por un discurso androcéntrico, lo que implica que tanto las obras de sus autores clásicos como las de los contemporáneos han construido sus teorías sobre el universo social masculino. El sociólogo francés Augusto Comte, conocido como el padre de la Sociología, reconoce las discriminaciones hacia el sexo femenino, no con el fin del análisis científico del tema, sino como el medio para llegar a la consolidación de su teoría positivista. El autor subraya la superioridad del sexo masculino, señalando que "Las mentes de las mujeres son indudablemente menos capaces que nosotros para realizar generalizaciones de amplio alcance o para llevar a cabo largos procesos de deducción... menos capaces que nosotros para realizar esfuerzo intelectual abstracto"(Comte, Augusto; 1851/1957: 250). Comte exaltaba el aspecto moral y afectivo de las mujeres, análisis que marca precedente en la Sociología, ya que desde su debut como ciencia, revela las desigualdades de género, colocando a la mujer en el espacio de la sensibilidad con incapacidad de raciocinio y reafirmando al sexo masculino como dueño del análisis intelectual. El autor no acredita la igualdad de sexos, señalándola como contraria a la naturaleza (Comte, Augusto; 1851/1957:276), atribuyéndole a la mujer el ámbito privado, cuya esencia estaba circunscrita a la modificación del proceso educativo en el seno familiar. A pesar de que la teoría comtiana no contiene estudios profundos del género, es meritorio destacar los primeros intentos en esta temática desde la Sociología a través de su obra. Comte deja clara las diferencias entre los sexos con un discurso tradicional y conservador, no solo como hombre de su época, sino como defensor del positivismo en sí, lo que no le permitía exaltarse con reflexiones feministas.

Herbert Spencer, por su parte le atribuye importantes funciones a las instituciones familiares, viendo a la familia como la institución facultada para la formación de miembros sanos hasta el alcance de su madurez. El autor señala la necesidad de una relativa igualdad de sexos en la vida familiar, que facilitase la armonía en dicha institución; no se refería a una absoluta igualdad entre mujeres y hombres, sino que buscaba la manera de mantener el equilibrio social. Spencer reflexiona en torno a la división del trabajo entre los sexos, subrayando las sociedades antiguas, particularmente la culpabilidad masculina de que la mujer fuese forzada a realizar determinados trabajos: "delegan en las mujeres la realización de los trabajos más

fastidiosos y monótonos” (Spencer, Herbert; 1908: 345). Sin embargo su análisis no supera la división sexual del trabajo sino que se comporta descriptivamente, expresando que “a los hombres corresponde hacer el trabajo pesado fuera del hogar mientras las mujeres se encargan de las faenas más ligeras puestas adentro” (Spencer, Herbert; 1908: 344 – 345). Talcott Parsons continúa la línea de Comte y Spencer con relación a que la familia constituye un prerrequisito indispensable para la estabilidad social, siendo el principal agente de socialización de los niños, esencial para la internalización del control social. El autor hace referencia a la necesidad de la funcionalidad familiar la cual solo podía ser lograda con eficiencia, si existía a su interior, la división por sexos del trabajo en la que los hombres y las mujeres desempeñan roles diferentes. El autor resalta la relación de los niños con sus iguales, pues según él, les facilita la formación de un criterio del rol que más tarde van a representar en la vida. Para que la familia se mantuviese unida en un sistema social, expresaba Parsons, los hombres deben manifestar dotes de mando y autocontrol; mientras que las mujeres tienen como tarea el funcionamiento interno de la familia: cuidado de hijos y del marido, asociándoles sentimientos: de gentileza, amabilidad y afectividad. (Talcott, Parsons; 1954: 77).

Para Emile Durkheim la relación hombre - mujer, no constituye la problemática fundamental, pero sí la aborda de manera complementaria en otras temáticas de sus teorías. El autor vincula la división social del trabajo con las relaciones entre los sexos, sin desprenderse de la idea de la mujer como reina del espacio doméstico con roles preconcebidos. Durkheim hace alusión a la necesidad de que cada individuo comprenda, acepte, y se adapte a sus roles sociales, de manera que expresa: “Actualmente en los pueblos cultos la mujer lleva una existencia totalmente distinta de la del hombre. Se diría que las dos grandes funciones de la vida psíquica se han divorciado, uno de los sexos acaparó las funciones afectivas y el otro las funciones intelectuales” (Durkheim, Emile; 1895: 23). Este planteamiento del autor, resalta el encasillamiento de los sexos, en roles determinados por la biología, convirtiendo a las mujeres en empleadas domésticas encargadas del hogar, crianza de hijos y objetos identificados por el sentimentalismo, mientras que representa la figura masculina como el superhombre, encargado de la dirección, la fortaleza, lo rudo y los sujetos de la vida pública. De manera que la teoría de Durkheim se convierte en un análisis superficial, describiendo solo el hecho de la división social del trabajo como un fenómeno biológico natural, omitiendo

la victimología tanto de los hombres como de las mujeres. Su análisis no solo perpetúa la esclavitud de la mujer sino que acentúa la reproducción de la masculinidad hegemónica.

George Simmel es uno de los autores considerado relativamente progresista dentro del discurso androcéntrico, ya que le atribuye la subordinación de un sexo con el otro, a la institución matrimonial, analizando en su obra "*Sociología*", el matrimonio como contrato poco conveniente para ambos sexos; ya que representaba la sustracción de capacidades en el caso masculino y prohibiciones tanto en la familia como en la vida social en el caso de las mujeres. Simmel sienta las bases de la construcción social del género femenino como subcultura, explicando que el conflicto entre los dos sexos reside en que los hombres se han ingeniado la forma de identificar lo masculino como lo humano – universal, erigiéndose en protagonistas de la cultura, desvalorizando lo femenino. Para el autor la mujer "es" y el hombre esta condenado a "hacer", este último término resalta la idea del hombre como víctima de las exigencias sociales.

Simmel destaca que la mujer pretendió igualar al hombre y lo logró, en la esfera personal, ya que obtuvo independencia económica, libertad social, el papel de la vida pública, etc.; a lo que Spencer denominó "las mujeres que aspiran la completa masculinidad" (Simmel, George; 1939:48). El autor no se refiere a la emancipación de la mujer sino a la masculinidad de la mujer, lo que rebela la naturaleza del discurso androcéntrico. Las posibilidades de libertad, tanto en el ámbito público como en la vida familiar, solo eran conferidas al hombre. La mujer trabajadora no se encuentra "liberada", el trabajar, solo le dio la posibilidad del espacio público como suyo, pero no la liberó del rol de ama de casa – madre – esposa. Esto condujo a otra problemática, que un grupo de mujeres quisieran volver a casa por la sobrecarga de roles y otro grupo quisiera salir de ella, por la independencia personal que esto representa. Al perder la mujer la relación exclusiva con la casa, esta fomenta la creación de organizaciones femeninas, congresos, etc.

Dentro de los pensadores clásicos que asumen una perspectiva feminista, se destaca el sociólogo John Stuart Mill, quien en su obra "*La esclavitud femenina*" analiza las relaciones sociales entre ambos sexos como principal obstáculo para el progreso de la humanidad; entiende que deben sustituirse por una igualdad perfecta, sin privilegio ni poder para un sexo ni incapacidad alguna para el otro. El autor considera que la sujeción de la mujer al hombre es un *apriorismo*: no se funda en ningún dato experimental contradictorio, y por consecuencia

es irracional (Stuart, John; 1984: 22). Todos quieren tener una mujer con quien cohabitan, no solamente una esclava, sino también una odalisca complaciente y amorosa: por eso no omiten nada de lo que puede contribuir al envilecimiento del espíritu y a la gentileza del cuerpo femenino”. Stuart Mill analiza la esclavitud femenina como el mecanismo perfecto de dominación masculina, donde la mujer es víctima en las relaciones entre los sexos, viéndose sometida a la esclavitud.

Los autores marxistas Carlos Marx y Federico Engels, no son defensores propiamente del feminismo, pero sus ideas en relación a la mujer se pueden considerar revolucionarias. En el caso de Carlos Marx equiparaba la dominación de clases con la dominación del hombre sobre la mujer. Para este autor la emancipación de la mujer sólo se haría realidad tras una revolución socialista que liquidara el capitalismo (Astelarra, Judith; 2005). Federico Engels, por su parte, concibe sus argumentos sobre el tema de género en su obra *“El origen de la familia la propiedad privada y el estado”* (1884), donde considera que la subordinación de las mujeres no es resultado de la constitución biológica, sino del orden social, con claras raíces históricas y que supuestamente debe cambiar. Sus argumentos relacionados a la subordinación radican en la familia, planteando que esta esclavitud se acentúa cuando la mujer depende económicamente del esposo, ya que pasa a ser propiedad del mismo. La sociedad legitima la institución familia y su jerarquía, al considerarla como célula fundamental de las sociedades.

El siglo XX marcó un hito en la transformación de los roles de género y se enfrentó con una realidad histórica completamente nueva. Este período corresponde con la tercera ola feminista. Uno de los autores que imprimió su sello en el tercer momento del feminismo contemporáneo, fue Simone de Beauvoir, con su obra *“El segundo sexo”* (1949), donde se refiere al patriarcado como resultado de la opresión del hombre hacia la mujer y no un orden que regula las relaciones sociales. Gayle Rubin realizó la obra *“El tráfico de mujeres: notas para una economía política del sexo”* (1975), donde cuestiona las causas de la opresión de que eran víctima las mujeres en las sociedades patriarcales y realiza una reelaboración teórica del sistema sexo/género (Ulloa, Omar).

El movimiento feminista continuó expandiéndose durante los años ochenta del siglo XX teniendo como rasgo esencial la propagación de una nueva literatura sobre las mujeres donde se reflejaba las experiencias de la vida cotidiana. Los momentos de mayor auge de la

literatura feminista corresponden con el surgimiento de tres tipos de teorías feministas: Diferenciación de géneros, Desigualdad de géneros y Opresión de género. Esta topología de la teoría feminista está en consonancia con las diversas corrientes ideológicas del feminismo, siendo la primera el feminismo liberal (1966), el cual tuvo como figura principal a Betty Friedan, quien en su obra *“La mística de la feminidad”* (1963), analizó la profunda insatisfacción de las mujeres estadounidenses consigo mismas y con su vida. El feminismo liberal se caracteriza por definir la situación de las mujeres como una desigualdad y no como opresión o explotación, solicitando la reforma del sistema hasta lograr la igualdad entre los sexos. La segunda corriente desarrollada en Estados Unidos de América fue el feminismo radical (1967–1975), la cual tuvo como fundamentos teóricos las obras: *“Política sexual”* (1970) de Kate Millet y *“La dialéctica de la sexualidad”* (1970) de Sulamit Firestone. Las radicales identificaron como centros de la dominación patriarcal esferas de la vida que hasta entonces se consideraban privadas. La tercera corriente fue el denominado feminismo socialista o feminismo marxista el cual destacaba la lucha contra el patriarcado, contra un sistema de dominación sexual, y contra el sistema capitalista o de clases. Dentro de las autoras que defendieron esta postura están Sheila Rowbotham, Roberta Hamilton, Zillah Eisenstein y Juliet Michell. Su intento principal es el de combinar la problemática de la explotación de clases con la problemática de la opresión de la mujer.

Por otra parte el sociólogo francés Pierre Bourdieu en su obra *“La dominación masculina”* estudia el tema de la mujer y la sumisión femenina. Para Bourdieu la dominación masculina es la dominación más clara entre los hombres (dominadores) y las mujeres (dominados) lo que resulta natural entre los géneros. Bourdieu plantea que “el dominio masculino está suficientemente bien asegurado como para no requerir justificación, puede limitarse a ser y a manifestarse en costumbres y discursos que enuncian el ser conforme a la evidencia, contribuyendo así a ajustar los dichos con los hechos” (Bourdieu, Pierre: 5). Pero se expresa también en objetos técnicos o en prácticas; por ejemplo, en la estructuración del espacio, en particular en las divisiones interiores de la casa, o en la oposición entre trabajo doméstico y trabajo fuera del hogar, siendo esta la forma más absoluta de reconocimiento de la legitimidad; la que el mundo social de conjunto con sus divisiones arbitrarias las asumen como naturales, evidentes, comenzando por la división socialmente construida entre los sexos. De manera que la sociedad esquematiza al hombre como un ser particular y

universal que tiene el monopolio de hecho, de derecho y de lo humano, que se halla socialmente facultado para sentirse portador de la forma completa de la condición humana; sin embargo el autor reflexiona que "Los hombres son también prisioneros e, irónicamente víctimas de la representación dominante, por más que sea conforme a sus intereses" (Bourdieu, Pierre: 26). Esta reflexión marca pauta en los estudios de género representándose por primera vez la figura masculina como un grupo social vulnerable a las prácticas genéricas de los sistemas culturales imperantes; y con ello aparecen investigaciones que centran su atención en las problemáticas de los hombres.

En las ciencias sociales a partir de los años ochenta del siglo pasado, se amplían los estudios de género, con la inserción de la masculinidad como problemática, desarrollada principalmente en los países anglosajones (EE.UU, Australia, Canadá y Reino Unido) bajo el nombre de Estudios de Hombres (*Men's Studies*)<sup>4</sup>. Después de un primer momento en que se consideró que la mujer era la gran desconocida de la humanidad, se decidió hacer frente a esa situación de olvido investigando su papel en la economía, en la política, en las relaciones domésticas, sobre la desigualdad y las relaciones de dominación, sobre las concepciones de la femineidad, sobre la compatibilización del rol doméstico y el rol laboral. Se dio inicio a una segunda etapa en las investigaciones de las Ciencias sociales donde el hombre, en contra de lo que se creía, era también otro desconocido. Ya que cuando se hablaba de él, se le estaba sobre - identificando a partir de un solo modelo de hombre, se estaba acudiendo explícita o implícitamente a una sola concepción, la del hombre patriarcal. Los estudios de hombres van a plantear que no existe la masculinidad en singular, sino múltiples masculinidades, afirmando que las concepciones y las prácticas sociales en torno a la masculinidad varían según los tiempos, es decir, que no hay un modelo universal y permanente de la masculinidad válido para cualquier espacio o para cualquier momento. Como plantea Michael Kimmel: "La virilidad no es estática ni atemporal, es histórica; no es la manifestación de una esencia interior, es construida socialmente; no sube a la conciencia desde nuestros componentes biológicos; es creada en la cultura. La virilidad significa cosas diferentes en diferentes épocas para diferentes personas" (Kimmel; 1997: 49). Las

---

<sup>4</sup> Entre sus principales autores se encuentran Tim Carrigan, Bob Conell y John Lee, quienes hicieron referencia a siete corrientes anglosajonas en los nuevos estudios: La liberación masculina, Reacción antifeminista, La descripción progresista, El movimiento de crecimiento personal, El movimiento feminista, Los hombres radicales y el análisis académico.

principales corrientes de investigación sobre la masculinidad en las Ciencias Sociales no han desarrollado un espacio coherente que nos permita un estudio sistemático definido. En opinión del investigador australiano Robert. W. Connell, la masculinidad, es al mismo tiempo la posición en las relaciones de género, las prácticas por las cuales los hombres y mujeres se comprometen con esa posición de género, y los efectos de estas prácticas en la experiencia corporal, en la personalidad y en la cultura. (Connell, 1995: 3-42). Las características que solemos identificar como masculinas no son innatas, sino consecuencia de un proceso de socialización que pretende relaciones de dominación entre los sexos, por tanto la condición masculina es un producto social; las diferencias biológicas entre la mujer y el hombre son naturales y no modificables.

Los trabajos de John Money y Anke Ehrhardt demostraron que del mismo sustrato biológico, se pueden producir diferencias muy marcadas en lo que respecta a la masculinidad y la femineidad, a partir de etiquetar a un niño como chico o chica y educarlo en consecuencia. Las diferencias observables entre mujeres y hombres se deben fundamentalmente a la socialización, que es la encargada de fomentar o reprimir las actitudes e intereses que se consideran adecuados a cada sexo. Como consecuencia nos enfrentamos a la tendencia de las dicotomías a la jerarquización, es decir, al peligro de reproducir relaciones de poder entre los sexos. En el proceso de constitución del rol de género hay funciones que se asignan a hombres y mujeres que devienen de las características naturales de los sexos. Pero la mayoría de lo asignado a hombres y mujeres guarda relación con asociaciones hechas a lo largo de la historia que han designado a la mujer como el sexo “débil” y al hombre como el sexo “fuerte”. A partir de la representación de que el hombre está hecho para la calle y no para la vida doméstica, desde las edades tempranas al niño varón se le va expropiando la capacidad de valerse por sí mismo, dejando su impronta en el desarrollo de procesos básicos como: alimentarse, vestirse, asearse, etc., ocuparse de él en sentido general.

Dado que el género es una manera de estructurar la práctica social en general, y no un tipo especial de práctica, está inevitablemente involucrado con otras estructuras sociales, por lo que interactúa con la raza, la clase, el credo, la generación, entre otros elementos. Este hecho también tiene fuertes implicaciones para el análisis de la masculinidad. Por ejemplo, las masculinidades de los hombres blancos se construyen no sólo respecto a mujeres

blancas, sino también en relación a hombres negros<sup>5</sup>. Con la creciente aceptación del efecto combinado entre género, raza y clase, ha llegado a ser común reconocer múltiples masculinidades: negro y blanco, clase trabajadora y clase media. Hay hombres gay negros y obreros de fábrica afeminados, así como violadores de clase media y travestis burgueses. (Connell, 1995). De esta manera la relación entre hegemonía – subordinación – marginación, que se establece entre las diferentes masculinidades, reconvierte en el elemento integrador de las mismas. No solo los hombres han sido sometidos a discriminación, sino que las mujeres según la autora brasileña Silvia Regina de Lima e Silva (1995) también son marginadas, según ella la mujer negra, sufre la violación de sus derechos, la negación de su identidad, y el rechazo de su cultura por parte de la sociedad. La identificación del sistema de subordinación en que viven las mujeres a partir de las actitudes masculinas hizo que las mujeres organizadas afirmaran que todas compartían la misma situación de subordinación. El problema radica en que dentro del grupo de mujeres también existían diferencias, que sólo fueron explícitas al tomar en cuenta las diferencias de clases, credo, religión, preferencia sexual etc.

La masculinidad hegemónica se puede definir como la que encarna la legitimidad del patriarcado, la que garantiza la posición dominante de los hombres y la subordinación de las mujeres. Sin embargo no solo las mujeres se ven sometidas a exclusión y subvaloración a causa de este tipo de masculinidad, los hombres que no exhiben pautas de comportamiento que legitimen la cultura patriarcal son menospreciados dentro del sexo masculino. Cuando relacionamos el concepto de hegemonía con el de subordinación, todo patrón masculino que no se ajuste a la masculinidad dominante, es subordinado. La masculinidad gay es la masculinidad subordinada más evidente, pero no la única, ya que existen hombres heterosexuales que también son expulsados del círculo de legitimidad. La marginación aparece como resultado de la relación entre las masculinidades de la clase dominante con la clase subordinada o en los grupos étnicos, por lo que individuos negros pueden ser ejemplares para la masculinidad hegemónica, pero no llegarán a conformar el paradigma social de masculinidad. (Connell, 1995).

---

<sup>5</sup> Los miedos de los blancos por la violencia de los hombres negros tienen una larga historia en situaciones coloniales y post-coloniales. Los miedos de los negros por el terrorismo de los hombres blancos, fundados en la historia del colonialismo, tienen una base que se prolonga en el control de los hombres blancos de la policía, de las cortes y prisiones en las colonias. (Connell, 1995).

Durante todo el epígrafe se realizó un análisis de los tres enfoques de género que se han desarrollado en las investigaciones sociológicas, las cuales en un primer momento respondieron a un paradigma estructural funcionalista, donde prevalece un análisis percibido desde la estructura del sistema familiar y los roles femeninos y masculinos en pos de la funcionalidad de la familia como institución. Se centran en los procesos que garanticen el orden, la estructura y las funciones de la sociedad atendiendo a las diferencias sexuales entre el hombre y la mujer. El paradigma marxista llega a formar parte de un segundo momento en los estudios del tema, cuyos principales exponentes fueron los autores Carlos Marx y Federico Engels quienes consideran la opresión de la mujer, como consecuencias al surgimiento de la propiedad privada, estableciendo una estrecha relación entre la dominación de las clases y la dominación de la mujer por el hombre. (Astelarra, Judith; 2005). En un tercer momento las teorías del género indican un razonamiento desde el interaccionismo simbólico, el cual se ve representado en los estudios de Pierre Bourdieu, autor que le atribuye suma importancia a la violencia simbólica y por cuya teoría da explicación a las relaciones entre los géneros.

Las temáticas de género fueron abordadas insubstancialmente por los autores pioneros de la Sociología, aunque en sus estudios dejan clara la existencia de desigualdades sociales, económicas y políticas entre hombres y mujeres. A diferencia de los clásicos, los autores contemporáneos - en ocasiones tradicionales y conservadores - sí abordaron el tema desde diferentes perspectivas, desplazando la atención de la problemática de la exclusión/subordinación de la mujer, para centrarse en la discriminación del sexo masculino; reflexiones que marcaron antecedente en el estudio de las masculinidades. Los estudios de género sin embargo no han quedado estacionados en las diferencias sexuales entre mujeres y hombres sino que han ascendido a un nuevo peldaño dentro del cuerpo teórico – práctico, teniendo como objeto de estudio las mujeres y hombres marginados por grupos sociales de sus mismo sexo a causa de las divergencias con el modelo femenino y masculino dominante.

## *Capítulo I: “Marco Teórico - Histórico de Género”*

### *Epígrafe I.1.2: Género: De Latinoamérica a Cuba*

En la mayoría los países del mundo existen desigualdades entre los hombres y las mujeres, desigualdad cuyo origen es social y se manifiesta en distintas formas según sea el sistema sociopolítico, el grado de desarrollo económico o la tradición cultural de cada país. La opresión de la mujer ha sido mencionada y ha estado vagamente en los anales de la práctica de la izquierda latinoamericana, sin embargo se puede afirmar que lo ha estado de un modo muy rudimentario y primitivo. Esto resalta esencialmente, si lo comparamos con el desarrollo que el movimiento de liberación de la mujer ha adquirido en los países capitalistas de Europa, que no se trata de copiar el modelo del movimiento de estos países aunque no podemos olvidar lo que ellos nos aportan. El nuevo auge del feminismo en los países capitalistas producto de una serie de contradicciones en el papel de la mujer se hizo extensivo a los países latinoamericanos. (Astelarra, Judith; 2005). En América Latina los movimientos de liberación de las mujeres cobran su fuerza dentro de un contexto sociopolítico que excluía legalmente a las mujeres tanto de la participación política en el mundo público como de una igualdad ante los hombres en relación con los derechos civiles.

La creación de una Red Solidaria Latinoamericana, la cual defiende el hecho de que los hombres se expresen a favor de los derechos de las mujeres, es uno de los principales logros en cuanto a la equidad entre los géneros, es una manera de simbolizar que están en contra del machismo y de la invisibilidad de la mujer en nuestra sociedad. Vinculado a esto el ministerio de Desarrollo Humano y Social de la Ciudad de Buenos Aires efectuó campañas bajo el compromiso de “varones por la igualdad de género” (2006), en el que un grupo de hombres manifestaron su compromiso público para trabajar en el área, este ministerio no solo destaca el papel de la mujeres sino que pretende provocar un espacio de discusión y de intercambio sobre masculinidades y la paternidad responsable/irresponsable.

Fue en la Cuba colonial donde se apreciaron de manera implícita las primeras ideas del feminismo. Las reflexiones sobre el tema de la mujer, que es como empieza a manifestarse la preocupación por el género, aparecen en fecha tan temprana como mediados del siglo XIX y de manos de una mujer literata, la poetiza Gertrudis Gómez de Avellaneda, quien escribe

"La mujer (cualidades del carácter de la mujer)", y como preocupación aislada está presente en trabajos de relevantes pensadores del XIX cubano, entre los que se encuentra Enrique José Varona donde se hacen alusiones a la desigualdad de los sexos y a la posibilidad de participación de la mujer en todos los ámbitos de la vida social. Posteriormente la poetisa camagüeyana Aurelia Castillo defiende un discurso ético-feminista, denunciando en el periódico El Fígaro (1895) que "Una gran revolución, opérase entre otras varias en nuestros días, la mujer reivindica sus derechos. Las leyes tiraron una línea entre el hombre y la mujer, y sobre esa línea alzaron en las costumbres una elevadísima e infranqueable muralla". (Pagés, Julio. C.; 2005).

El movimiento feminista como corrientes de ideas políticas y filosóficas fue muy cuestionado en Cuba porque sus objetivos atacaban el poder de los hombres. La prensa cubana dirigida por hombres arremetía contra los argumentos que vieran fuera a la mujer de otro espacio que no fuera la belleza y la sumisión. Las ideas feministas contemporáneas comenzaron a ganar terreno en Cuba, donde se utilizó la prensa escrita para redactar críticas a favor de la deslegitimación del poder hegemónico masculino. Dentro de ellas se destaca la periodista Mariablanca Sabas Alomá, con su texto titulado: "*¡Masculinismo no!, ¡Feminismo!*" (1920), afirmando la respuesta al ataque de la prensa sobre la masculinidad. Estos hechos propiciaron la creación del Club Femenino, dado a conocer en el año 1918, el cual marcó pauta en el movimiento feminista nacional, al transgredir el discurso tradicional en lo que se refería a las mujeres. Como resultado de la evolución de las ideas feministas en Cuba, en el primer quinquenio de la década del veinte tuvieron lugar los primeros dos congresos nacionales de mujeres<sup>6</sup>. La lucha del movimiento feminista por el sufragismo continuó siendo tema de debate para las mujeres hasta enero de 1934 fecha en la cual se aprobó el sufragio para las mujeres cubanas.

Con el triunfo revolucionario del 1ro de enero de 1959, Cuba sufrió cambios económicos, políticos y sociales radicales. Un evento importante que marcó pauta en la lucha de las mujeres por la equidad ocurrió el 23 de Agosto de 1960, con la creación de la Federación de Mujeres Cubanas, la cual surge con el objetivo de promover la participación femenina en el radical y profundo proceso de transformación económica, política, social y cultural que se

---

<sup>6</sup> El primero se convocó en 1922, siendo el sufragismo femenino el tema de unidad de las mujeres, mientras que el segundo se celebró en 1925 permitiendo la presencia de las mujeres negras y trabajadoras.

iniciaba. Un paso relevante en el logro de la equidad jurídica entre hombres y mujeres lo constituye la creación del Código de Familia (1975), donde quedan expresadas las ideas básicas acerca de las relaciones de pareja, del matrimonio y de la familia. Asimismo quedó plasmada la igualdad de género en la Constitución de la República de Cuba (1976)<sup>7</sup>, siendo este precepto portador de lo más avanzado en materia de derechos humanos a nivel mundial.

Las políticas sociales dirigidas a la mujer cubana han tenido gran impacto en las esferas de la salud, educación, y empleo. Estas políticas garantizan un amplio desempeño de la mujer en el espacio público, sin embargo el hecho de ser más independiente, ha provocado sobrecarga de roles, ya que la mujer está vinculada a lo público, pero no prescinde de los roles tradicionales que le han sido asignados. De modo que la incorporación de la mujer al espacio social no ha significado asumir un nuevo rol ante la vida familiar a partir de su nuevo rol social, sino que se añadió como sumatoria de cargas el trabajo y la vida social sin cambiar la historia familiar de fondo. Esta situación favorece a la mujer en cuanto a su realización personal pero simultáneamente exige de ella altas cuotas de sacrificio, denominado comúnmente “doble jornada laboral”. De esta manera los roles se presentan como contradicciones inherentes, propiciando que la distribución desigual de los roles en la vida familiar influya en las discriminaciones de la vida pública.

Los estudios de género desde una perspectiva académica no se inician en el país hasta la década del ochenta, primero de manera individual y después por intereses institucionales, principalmente de la Federación de Mujeres Cubanas e influenciadas por lo que estaba ocurriendo en el mundo. En los años noventa debido a las problemáticas surgidas a raíz de la crisis económica cubana se abrieron importantes investigaciones sobre el tema de género e Historia de mujeres, destacándose por su aporte sobre la temática femenina las obras de Dania de la Cruz (1999) y Raquel Vinat (2001).

El investigador puertorriqueño Rafael Ramírez en su trabajo "Dime capitán: reflexiones sobre la masculinidad" (1993), abre nuevas perspectivas para estos estudios en el área caribeña de origen hispano, donde el debate colonial en las postrimerías del siglo XIX había creado las disyuntivas de modelos africanos, españoles y norteamericanos de masculinidad, indicando

---

<sup>7</sup> El artículo 44, establece que “la mujer y el hombre gozan de iguales derechos en lo económico, político, cultural, social y familiar” (2005).

que entre la misma masculinidad hay un orden de jerarquía donde el control del poder se negocia y no todos son igualmente privilegiados. En Cuba, las guerras han sido una de las fuentes principales para determinar la masculinidad de los hombres, donde el matar o morir ha sido una parte importante de reafirmación de la virilidad. Machismo, hombría, masculinidad y virilidad, son términos con muchos puntos en común en la nacionalidad cubana. En un artículo publicado en la revista cubana Bohemia con el título de "Machismo anclado en la tradición" (2001), el sociólogo Luís Robledo refiere que el concepto de masculinidad que manejamos es un producto histórico bastante reciente de alrededor de unos cien años, afirmando que la masculinidad hegemónica es para Cuba, sinónimo de machismo, considerado una corriente universal que ha tenido en el continente latinoamericano un marcado arraigo. El machismo prevaleciente en muchas sociedades es una versión estereotipada de la masculinidad.

Los estudios de masculinidad en Cuba comienzan a tomar cuerpo en la segunda mitad de la década de los noventa del siglo XX. Pioneros en este ámbito fueron las investigaciones de Patricia Ares, Ramón Rivero, María Teresa Díaz y Mayda Álvarez, mientras que Arés y Rivero enfocaron sus estudios al tema de la paternidad, Díaz y Álvarez orientaron los suyos a la sexualidad y la construcción social de la masculinidad. Con la llegada del nuevo milenio comienzan a aparecer talleres que intentan promover el debate en torno a la masculinidad entre ellos se encuentran los Talleres: Masculinidades y violencia en los jóvenes (2002) y Masculinidades y Cultura de Paz (2000-2004). Según el historiador Julio César González Pagés desde el modelo patriarcal dominante, ser hombre significa ser fuerte, importante, potente, heterosexual, proveedor y jefe de hogar, entre otros estereotipos que conforman un concepto erróneo de masculinidad, constantemente validado por la sociedad. (González Pagés, Julio. César; 2006) Plantea el autor que entre las concepciones vinculadas a la masculinidad y la sexualidad masculina encontramos aquella de que el cuerpo del hombre está hecho para penetrar, por lo que se considera la heterosexualidad como un hecho natural. Los hombres se socializan más fácilmente en temas como deportes y logros económicos. Se intuye que un joven con dotes para el deporte estará más preparado para enfrentar las durezas de la vida. Sigue siendo representada la masculinidad hegemónica en Cuba por los hombres blancos y heterosexuales. Sucede que estos procesos interactúan en las complicadas matrices de las identidades masculinas, poco dadas a los cambios por

decretos. Aunque en estos años se hayan estipulado leyes, disposiciones e instrumentos legales contra la discriminación, las exclusiones sociales, raciales y de género se vertebran en mecanismos no muy fáciles de desmontar. A pesar de que hoy la sociedad cubana es mucho más multirracial y diversa en su sexualidad, que en épocas anteriores, el mito del príncipe azul aún perdura en muchas mentes. Las madres añoran para sus hijas un hombre de éxito, a la usanza del diseño de la masculinidad hegemónica. Entre las masculinidades que han sido objeto de discriminación, a pesar de gozar de la masculinidad hegemónica, se encuentran los negros y los campesinos aunque ocupa el primer plano la de los homosexuales. Desde el siglo XVIII, los primeros periódicos de la isla ya estigmatizaban a esta opción sexual. El término de homosexual desde el siglo XIX ha condenado de forma injusta a quienes prefieren variantes sexuales ajenas a la heterosexualidad. Las personas homosexuales serán juzgadas como flojas, débiles, femeninas, amaneradas. Tales atributos denotarán poca confiabilidad para ejercer determinadas profesiones, sobre todo las relacionadas con decisiones de poder. Este comportamiento está generalizado en todas las sociedades latinas, con una fuerte raíz homofóbica.

Podemos afirmar que a partir de 1959 la mujer cubana sufrió cambios positivos en relación a la posición social que hasta el momento ocupaba, con respecto a la elevación de su nivel cultural y mayor participación en el empleo, lo que le ofreció independencia económica y mayor aceptación social en la condición de divorciada. Además de todas estas políticas que facilitaron el desempeño de la mujer como sujeto social, se le dio inicio a las investigaciones referentes a las masculinidades, un logro de las Ciencias Sociales en Cuba, que posibilitó la sistematicidad de esta temática desconocida y poco explorada aproximadamente hasta los años 90ta. En la actualidad los estudios de la temática del género se abren paso a nuevos enfoques y perspectiva correspondientes con la realidad social de este siglo, planteándose interrogantes ya no dirigidas hacia las diferencias sexuales entre hombres y mujeres, sino a un diapasón mayor, un enfoque relacional que va más allá de las diferencias sexuales, analizando otros elementos como la raza, la preferencia sexual, las clases sociales, el credo, la religión entre otros, ya no desde una perspectiva discriminatoria entre los géneros sino desde los grupos sociales de un mismo sexo, desechando los modelos de masculinidad y de feminidad diferentes a los hegemónicos.



## Capítulo II: “Marco Teórico - Histórico de los Medios de Comunicación Masiva”

### *Capítulo II: “Marco Teórico - Histórico de los Medios de Comunicación Masiva”*

#### *Epígrafe II.1: La comunicación como proceso.*

*“En la historia de las colectividades, los temores se modifican, pero el temor persiste”.*

*Jean Delumal*

El proceso de comunicación jugó un papel esencial en el desarrollo del hombre. La comunicación mediatiza y garantiza la coordinación, por lo que su raíz genética se encuentra precisamente en la necesidad social de establecer una acción estructurada, para el logro de los objetivos trazados. De tal manera la comunicación fue utilizada por el hombre, en un primer momento para la coordinación de movimientos que le posibilitaron la ejecución del trabajo, este incipiente entendimiento entre unos hombres con otros se materializó en los gestos. En un segundo momento, se utilizaron los signos y símbolos para expresar sentimientos, necesidades y motivos, lo que posibilitó el desarrollo del hombre como ser social. El tercer momento lo determinó la aparición del lenguaje como forma más idónea en la transmisión de ideas.

La palabra comunicación proviene del latín communis que significa común. De allí que comunicar, signifique transmitir ideas y pensamientos con el objetivo de ponerlos en común con otro. Esto supone la utilización de un código de comunicación compartido. Un código es un conjunto de símbolos y signos, los cuales deben ser compartidos por los protagonistas del proceso. La comunicación es un proceso que se efectúa a través de códigos, los cuales presentan continuación a lo largo del tiempo. Además de los códigos verbales (orales y escritos), existen otros como los gestos, los movimientos de la cara y el cuerpo, los dados por la forma y el color (por ejemplo las señales de tránsito) o la música (en donde hay reglas que marcan una estructura). Naturalmente, los códigos no verbales, al igual que el lenguaje, varían de acuerdo a las diferentes culturas. La comunicación humana, como hemos visto, es el mecanismo que ha hecho posible la sociedad. Siendo un principio básico de organización

social, una forma de interacción singular que permite a los sujetos participar en actividades comunes, teniendo presente las actividades correlativas de los otros copartícipes.

En el proceso de comunicación existen tres niveles, la interpersonal, la organizacional y la masiva. La comunicación interpersonal es aquella que se realiza, generalmente, cara a cara entre dos individuos o un grupo reducido de personas, conversaciones entre familiares o cartas entre amigos. La comunicación de tipo organizacional es aquella que imponen las instituciones y forman parte de su cultura o de sus normas. Por último, la comunicación masiva está representada por los medios masivos de comunicación: radio, revistas, periódico, Internet, televisión entre otros (González, Isabel). Esta última tipología tiene una particularidad, el mensaje es enviado por un emisor al igual que en las anteriores pero la respuesta no es inmediata, ya que hay miles de receptores, oyendo, leyendo o viendo los mensajes.

La aparición de numerosas innovaciones tecnológicas en la década del veinte del siglo XX, provocaría un vuelco radical en las problemáticas de las ciencias sociales. Las nuevas problemáticas sociales emergentes, despertaron el interés en el estudio de la comunicación masiva, la cual ha presentado, una constante: una posición marcadamente instrumentalista se orientan las interpretaciones norteamericanas, que fueron los primeros intentos de búsqueda en cuanto a modelos y teorías de la comunicación. La ciencia comunicológica va a seguir una línea que va desde unas primeras concepciones realizadas por sociólogos hasta desembocar en una etapa caracterizada por la experimentación práctica sobre efectos.

## *Capítulo II: “Marco Teórico - Histórico de los Medios de Comunicación Masiva”*

### *Epígrafe II.2: Los medios de comunicación masiva: De los clásicos a los contemporáneos.*

*“Nuestro mundo es un mundo mediático. El poder no es sólo el poder de hacer, sino el poder de contar, de transmitir, de transformar la realidad en discurso” ...*

*Pierre Bordieu*

El surgimiento de los medios de comunicación marcó pauta en la sociedad del siglo XX, época donde alcanza su mayor influencia, no solo porque la sociedad se vuelve completamente mediada, donde la prensa, la radio y la televisión pasan a formar parte de la vida cotidiana del individuo sino por la sustitución de la comunicación personal por la comunicación masiva. Los estudios sobre la propaganda durante la Primera Guerra Mundial

fueron los que dieron inicio a este campo de investigación. Muchas de estas investigaciones buscaban el desarrollo de instrumentos que permitieran actuar sobre la población de manera eficaz. De este modo las primeras corrientes de la escuela norteamericana, estuvieron notablemente influidas por el conductismo, paradigma de la psicología, que considera la conducta humana como una respuesta frente a estímulos externos.

La teoría hipodérmica se ubica históricamente entre las guerras mundiales (1914 -1945) lo que justifica los elementos que caracterizaron el contexto de esta teoría, que son precisamente la novedad de las comunicaciones de masas y las trágicas experiencias del período histórico mencionado. La presencia del concepto de la sociedad de masas es fundamental en la comprensión de la teoría hipodérmica, analizándolo como resultado de la progresiva industrialización, de la revolución en los transportes, en los comercios, en la difusión de los valores abstractos de libertad e igualdad; procesos que determinaron la pérdida de exclusividad de la élite la cual se encuentran expuestas a las masas. La teoría hipodérmica esta altamente influenciada por la psicología conductista, de modo que el elemento crucial está representado por el estímulo: las condiciones externas del sujeto, que producen una respuesta. La teoría hipodérmica mantenía por tanto una conexión directa entre exposición de mensajes y comportamientos: si una persona es alcanzada por la propaganda, puede ser controlada, manipulada, e inducida a actuar, buscando comprender el efecto de los medios de comunicación en las sociedades de masas. (Wolf; 2005).

Años más tarde, la teoría hipodérmica fue superada por el modelo de Lasswell (1948), de modo que el análisis del esquema comunicativo pasó del estímulo/ respuesta al modelo lasswelliano (**Anexo 1**) quien organizó la incipiente *communication research* en torno al análisis de los efectos y de los contenidos. Si para el paradigma conductista el individuo sometido a los estímulos de la propaganda solo podía responder sin resistencia, el modelo lasswelliano prueba que las resistencias de los destinatarios ponen en juego las distintas formas, aunque vale destacar que el modelo lasswelliano, subyacen premisas que responden a una visión hipodérmica de la comunicación.

El conductismo deja de ser considerado, alrededor de los años cuarenta, un marco teórico válido para abordar la problemática de la influencia mediática, los estudios de la psicología experimental, así como aportes provenientes del campo de la sociología, fueron modificando el enfoque de estos estudios. El modelo empírico – experimental o de la persuasión y de la

sociología empírica, se desarrolla a partir de los años cuarenta, lo que conduce al abandono de la teoría hipodérmica. Este modelo se ve representado por Carl Hovland y la escuela de Yale, quienes en el contexto de la Segunda Guerra Mundial, formulan como objetivo de sus investigaciones, el estudio de la eficiencia óptima de la persuasión. Según Mauro Wolf la persuasión de los destinatarios es posible siempre que la forma y la organización del mensaje sean adecuados a los factores personales que el destinatario activa en la interpretación del mensaje: de modo que los mensajes actúan de manera diferente con los rasgos específicos de la personalidad de los individuos que conforman el público. (Wolf; 2005).

Posteriormente aparece en los estudios de los media el modelo empírico de los efectos limitados, teoría de orientación sociológica, influenciada directamente por la investigación experimental, por lo que se torna difícil su total autonomía. Dentro de los principales autores defensores de esta teoría encontramos al psicólogo australiano Paul Lazarsfeld. El problema sigue siendo el de los efectos y el modo de influencia de los mensajes; pero ya no en los mismos términos de las teorías precedentes, sino que la etiqueta de los efectos limitados, nos indica una valoración distinta de la cantidad de efectos desde una configuración cualitativa.

En contraposición a la investigación administrativa se desarrollan en Europa líneas de investigación con referentes marxistas, estructuralistas y freudianos que buscaban el despliegue de un estudio más equiparado con la sociedad y no con las élites. Es el caso de la teoría crítica quien tiene sus antecedentes en un grupo de estudiantes de la Escuela de Frankfurt (1923) y dentro de sus principales autores se encuentran, Habermas, Horkheimer y Adorno, siendo los dos últimos sus más ilustres representantes. La teoría crítica abrió un frente de investigación radicalmente distinto al que transitaban Lasswell y los empiristas norteamericanos. Mientras éstos se dedican al análisis de las funciones sociales de la comunicación de masas, aquellos inciden en el proceso de manipulación de los productores de los mensajes. La escuela de Frankfurt afirma que la gente se subordina a la determinación de las imágenes y a los planteos habituales del sistema dominante. En sintonía con la teoría de la sociedad de masas, Marcuse dirá que la sociedad es unidimensional y que su creación se debe a la industria cultural. Los medios de comunicación

son pues, un poderoso mecanismo que pretende contener el cambio social vinculado al modelo hegemónico. (Caldeiro, Graciela; 2005).

La teoría crítica arremete contra la calidad de los productos culturales de los mass media, así como la industria cultural como sistema y la manipulación que ejerce la sociedad al individuo, donde el consumidor no es soberano, como la industria cultural desearía hacer creer, no es su sujeto sino su objeto. La estructura multiestratificada de los mensajes refleja la estrategia de manipulación de la industria cultural, todo lo que ella comunica es con el fin de seducir a los espectadores simultáneamente a varios niveles psicológico. El mensaje oculto, puede ser más importante que el evidente ya que el mensaje oculto escapará a los controles de la conciencia, no será evitado por las resistencias psicológicas. La teoría crítica somete a reflexión la manipulación del público, alcanzada por la industria cultural como forma de dominación de las sociedades altamente desarrolladas; en el medio televisivo se produce mediante efectos que se realizan en los niveles latentes de los mensajes, el espectador a través del material que observa se halla, constantemente, sin darse cuenta, asimilando órdenes, prescripciones y procripciones.

Entre las teorías semióticas de la escuela italiana, las cuales tienen como principal objeto de estudio los mensajes, se puede resaltar el modelo comunicativo de la teoría de la información, el modelo semiótico – informal y modelo semiótico - textual. El primero centra su estudio en la velocidad de la transmisión de los mensajes y en como disminuir las distorsiones y las pérdidas de información. Esta es, prácticamente, una teoría en relación a la transmisión óptima de los mensajes, cuyo esquema comunicativo (**Anexo 2**), señala todo el procedimiento que se realiza para la menor pérdida de información posible. La teoría de la información tiene como características importantes: la resistencia a la distorsión provocada por el ruido, la facilidad de codificación – decodificación y la velocidad de la transmisión. El segundo modelo analiza la difusión de la comunicación de masas, con el objetivo de transmitir a un amplio público los mismos contenidos. La diferencia al resto de las teorías precedentes radica en que la linealidad de la transmisión va unida al funcionamiento de los factores semánticos, introducidos mediante el código. De manera que el modelo semiótico – informal presenta la relación comunicativa (**Anexo 3**), de forma que entre el mensaje entendido como significante que transmite cierto significado y el mensaje recibido como significado, se abre un espacio variado y articulado. Es un momento fundamental en la teoría

comunicativa, aunque se puede destacar como limitación, los códigos; es decir si el destinatario no domina los códigos en los cuales esta contenida la información, esto impediría la funcionalidad del proceso comunicativo. El tercer modelo logra describir en términos semióticos algunos rasgos estructurales específicos de la comunicación de masas. En el modelo semiótico - textual, ya no son los mensajes los que son transferidos en el intercambio comunicativo, sino que es la relación que se construye entorno a conjuntos de prácticas textuales. Conviene precisar que en la comunicación de masas los destinatarios no reciben mensajes individuales reconocibles como tales sobre la base de códigos conocidos, sino conjunto de prácticas textuales.

En los años ochenta surge la agenda – setting, la cual sostiene como afirmación que los media no procuran persuadir, sino que estos, el describir y precisar la realidad extrema, presentan al público una lista jerarquizada de temas de los cuales se deben discutir. Según Mauro Wolf (2005) la agenda - setting postula un impacto sobre los destinatarios, no inmediato, que se configura a partir de dos niveles: primero el orden del día de los temas, argumentos, problemas, presentes en la agenda de los media; y segundo la jerarquía de la importancia y de prioridad con la que dichos elementos son dispuestos en el orden del día. (Wolf, Mauro; 2005: 89). Mientras que la teoría de agenda setting limita en parte el poder de los medios como formadores de opinión a la jerarquización del temario, el enfoque de Noelle Neumann parte del supuesto que la mayor parte de las personas, temen naturalmente al aislamiento y, al manifestar sus opiniones personales, tratan de identificar la opinión de la mayoría para luego sumarse al consenso general. La lógica de este modelo, conforma una espiral silenciosa dado que, cuanto más se difunde una opinión dominante, más se silencian, las individuales voces minoritarias en disidencia, con lo cual, se acelera el efecto de las opiniones mayoritarias construyendo un proceso de retroalimentación ascendente: Partiendo del concepto de un proceso interactivo que genera una espiral de silencio, según este mecanismo psicológico, conviene ver a los mensajes como creadores de opinión pública. Constituyen el entorno cuya presión desencadena la combatividad, la sumisión y el silencio” (Neumann, Noelle; 1974).

La historia de los estudios de los mensajes en la comunicación, pone en evidencia que, tanto desde una perspectiva teórica como empírica, los diferentes modelos que fueron desarrollándose oscilaron desde concepciones mecanicistas de causa – efecto hasta análisis

críticos de su contenido. Las investigaciones pioneras se inician en la Psicología conductista donde le atribuían a los mensajes la capacidad de influir directamente sin posibilidad de variación en una audiencia homogénea y pasiva. Posteriormente los estudios se abrieron paso a reflexiones desde una comprensión semiótica, analizando los mensajes como transmisores de códigos y prácticas textuales. Por último, la perspectiva de las teorías críticas refleja la manipulación del público como logro de la industria cultural, resaltando los efectos de los mensajes y el constante manejo de la audiencia a través de sus contenidos.

## *Capítulo II: “Marco Teórico - Histórico de los Medios de Comunicación Masiva”*

### *Epígrafe II.3: Los medios de comunicación masiva: De Latinoamérica a Cuba.*

La historia de la investigación en América Latina se encarna por completo en las luchas por la emancipación, los logros y las dificultades de los procesos de dominación. Existen diversas periodizaciones acerca de las principales etapas por las que ha transcurrido la investigación comunicativa latinoamericana; Javier Esteinou Madrid, especialista mexicano establece la siguiente: Primera fase (1900 – 1945) clásico – humanista, la segunda (1945 – 1965) científico – teórica y la tercera (1965 – 1984) crítico – reflexiva.

La primera y la segunda etapa se desarrollan durante los primeros sesenta y cinco años del siglo XX, entre sus principales características se encuentran, en un primer momento una gran influencia del periodismo como ciencia, lo que provocó que sus estudios adquiriesen un corte histórico – jurídico. La comunicación no era un objeto de estudio sistémico sino que se analizaba aisladamente, sin considerar sus vínculos sociales, descuidando el análisis integral de las problemáticas de las comunicaciones. Las dos primeras etapas revelan proposiciones conservadoras, mercantilistas y alienantes en el contenido de los mensajes verbales y visuales de los medios de comunicación, acumulando evidencias del dominio de la industria cultural de Estados Unidos en Latinoamérica, desde revistas de ídolos para mujeres, pasando por la televisión, hasta la publicidad, los textos escolares y los satélites. (Gilli, Gustavo; 1985).

La tercera etapa se desarrolla a partir de la segunda mitad de la década del sesenta, donde comienza a aflorar en el marco de tendencias foráneas, como habíamos descrito; una vanguardia de investigadores, donde la esencia de sus investigaciones era la crítica. En la

Universidad Central de Venezuela, se comienza a recuperar la vertiente crítica tomando como referencial analítico al marxismo. Dentro de sus defensores principales se encuentra el autor, Antonio Pascuali, quien denomina sus estudios, investigaciones – denuncias. En Chile (1973) se desarrollan dos escuelas fundamentales, las cuales conformarían las dos ramas teóricas de este país durante toda la década; la primera de ellas consiste en la interpretación estructural – marxista del belga Armand Matteland donde sus principales postulados denunciaban la dominación de los medios y la vinculación de un proyecto multinacional imperialista. Señala que los medios de comunicación a través de sus mensajes de clase capitalista, neutralizan y desorganiza la clase dominada. Mientras que la segunda escuela se basaba en el análisis cristiano – marxista del brasileño Paulo Freire el cual destacaba la dureza y verticalidad del proceso de dominación social y la ausencia de diálogo en la compañía.

Posteriormente, en la segunda década del los ochenta y la primera de los noventa, el continente Latinoamericano se ve influenciado por la Escuela Inglesa con la teoría de la hegemonía de Gramsci<sup>8</sup> Este concepto según el autor, opera en los medios a través del lenguaje y del discurso, actuando como elementos distorsionales en los individuos. Gramsci utilizó el término hegemonía para referirse a la cultura dominante, analizándola como una segunda línea teórica dentro del marxismo, la cual no se centra ya en los determinantes económicos sino en sus formas de expresión, sus sistemas de significación y los mecanismos a través de los cuales la clase oprimida, sobrevive en aparente conformidad, puesto que su conciencia se halla invadida y apta para la manipulación. (Gilli, Gustavo; 1985). Estas reflexiones de la escuela europea marcaron pauta en las investigaciones de los mensajes latinoamericanas dando paso a los estudios críticos de la manipulación de los mensajes vendidos a través de los medios de comunicación. El investigador Guillermo Orozco, reflexiona en torno al proceso de recepción señalando que la relación audiencia / contenido y los discursos mediáticos se encuentran en las prácticas culturales de los sujetos, las cuáles son desarrolladas fundamentalmente en las familias.

Por su parte, la trayectoria de los estudios cubanos en torno a la comunicación muestra sustanciales diferencias en comparación con los paradigmas y tendencias teóricas del

---

<sup>8</sup> Planteaba la imposición directa de un sistema, por la fuerza abierta o por la compulsión ideológica, a la clase subordinada.

desarrollo de la comunicación Latinoamericana de la época. Rasgo común en ambos itinerarios es la influencia de las escuelas norteamericanas – funcionalismo, sociología empírica y la psicología de los efectos, elementos que los caracterizan como dependientes de teorías foráneas. Sin embargo, la sustancial influencia del marxismo y el desarrollo de las teorías críticas que identificaron el panorama de investigación latinoamericano en la década de los setenta, contradictoriamente tuvo una escasa repercusión en nuestro país. Las características y funciones de los medios de comunicación en Cuba, en especial su carácter educativo – cultural, determinaron la escasa resonancia de ciertas problemáticas, que no se abordaron por los investigadores cubanos con el énfasis que distinguió al resto del continente.

La revolución heredó la infraestructura de comunicación, educación y la base material, instrumentos de los cuales el sistema político y social que le precedió se había servido para legitimarse en el espacio público. Sin duda en este primer período de revolución los métodos simbólicos y de pensamiento de una sociedad que en una par de años se declararía socialista, promovían principios, valores y creencias diferentes al sistema de relaciones que históricamente se había tenido. Esta nueva situación relegaría a un segundo plano la problemática de su investigación, lo que explica, entre otros factores, el debilitamiento de los estudios de comunicación durante los años sesenta y primera mitad de los setenta. Entre los escasos estudios realizados en esta etapa, las temáticas en las cuales se indagó fueron, la imagen de los dirigentes públicos, el análisis de contenido comparativo entre la prensa burguesa y la nueva prensa revolucionaria y las investigaciones sobre comunicación interna y sus medios.

En la etapa histórica que abarca desde el año 1977 hasta el año 1989, se creó el Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT), el cual a partir de 1984, inicia la instalación de telecentros en diferentes regiones del país<sup>9</sup>, lo que posibilitó el crecimiento extensivo de las investigaciones regionales. Según la investigadora María Margarita Alonso (2006) las líneas temáticas, estaban vinculadas a los estudios de recepción y efectos, fundamentalmente en los medios audiovisuales, estudios que responden al modelo de efectos, a la sociología

---

<sup>9</sup> Este acontecimiento dio origen a la llamada televisión regional o televisión comunitaria, encargada de promover los valores autóctonos de la cultura y el trabajo creador en las distintas esferas de la vida social: educación, salud, deportes, investigaciones científicas, música, teatro, literatura, entre otras artes”. (Rey Veitía, 2002:15).

empírica y en menor cuantía a teoría de la persuasión. En un segundo momento se desarrollaron los estudios de mensajes rectorado por la Facultad de Periodismo de la Universidad de la Habana.

En la investigación cubana sobre la comunicación de masas permanecen vigentes asuntos que han estado preocupando desde hace varios años a la comunidad científica, existiendo una serie de interrogantes relativas a los medios y a su funcionamiento. También es cierto que los recursos y las condiciones son sumamente precarios, por lo que se hace necesario los esfuerzos y los aportes de la investigación, consolidando la construcción de un conocimiento más consistente, más específico y mejor articulado sobre la comunicación.

## *Capítulo II: “Marco Teórico - Histórico de los Medios de Comunicación Masiva”*

### *Epígrafe II.4: La televisión como medio de comunicación.*

Atrapar imágenes en movimiento fue una de las aspiraciones más antiguas del hombre, tanto en el cine como en la televisión<sup>10</sup>. Sin embargo no fue hasta después de la Segunda Guerra Mundial, en los EEUU, cuando la televisión llegó a afianzarse como verdadero medio de comunicación. En los años cincuenta, la televisión, estaba apenas presente en el campo periodístico; ya que se encontraba dominada y subordinada al poder económico, siendo dependiente de los subsidios del Estado. En la década del sesenta esta relación dio un giro, es decir, ya la televisión como medio de comunicación, no dependía económicamente del Estado, aunque políticamente continuaba - y continúa - vinculada directamente al aparato estatal, recrudeciéndose el control de los mensajes televisivos.

La televisión es el medio de comunicación masiva, que ejerce mayor influencia en nuestra vida diaria, no solo de forma económica y política, sino también cultural, social y psicológica; dado esencialmente por su alcance masivo y la aceptación que ha logrado en los destinatarios. Estas características son las que la convierten en uno de los medios más eficaces - aunque no el único - en la reproducción de la ideología dominante; pues no solo cuenta con información auditiva sino visual y verbal; lo que permite que la audiencia reciba el

---

<sup>10</sup> La televisión, es en parte un desarrollo técnico complejo (la captura de imágenes y sonido con aparatos especializados, la transmisión mediante ondas radioeléctricas y su recepción en aparatos de tubos catódicos), una suma de invenciones que hacen posible su infraestructura técnica, pero también es la realización de determinado tipo de contenidos y programas, una organización horaria específica y modos de consumo también determinados.

mensaje a través de la escucha (sonidos y palabras) y además se vea reflejado en la contenido visual transmitido. El sociólogo francés Pierre Bourdieu, en su obra *“Acerca de la televisión”*, realiza un análisis de la televisión como medio, concibiéndola como un instrumento de opresión simbólica. El autor reflexiona en torno a los mecanismos anónimos e invisibles, a través de los cuales se ejercen todo tipo de órdenes que hacen de la televisión un formidable instrumento de mantenimiento del orden simbólico y, particularmente, de la violencia simbólica. De manera que la televisión utiliza un mundo simbólico en sus mensajes que le permite la transmisión de ideas, estilos de vida, comportamientos e ideología; que responde a la clase dominante; siendo sus expresiones elaboradas con un nivel de accesibilidad tal, que hasta los más desprovistos culturalmente saben descifrar, como deben comportarse; teniendo en cuenta esta afirmación, Bourdieu plantea que “los mensajes televisivos tiene una especie de monopolio sobre la formación de los cerebros de una parte importante de la población” (Bourdieu, Pierre: 8).

Todo lo que la televisión afirma, adquiere para los niños y jóvenes la categoría de verdad absoluta; este elemento de credibilidad, es el que pudiese ser utilizado para la educación pública y la formación. Para el investigador cubano Vicente González Castro (1997) tanto los niños como los adolescentes tienden a imitar gestos, peinados, apariencia, vestuario y vocabulario de aquellos personajes televisivos que consciente o inconscientemente admiran. Este proceso es denominado por el autor identificación empática, convirtiéndose en elementos que ejercen altos niveles de influencia sobre las audiencias.

Los valores creados por la situación social son reforzados por la televisión a través de programas que llegan a insertar sentimientos y pensamientos al individuo. Ella emite mensajes que al provenir de un medio masivo, se convierten en temas y a veces hasta en ideologías de toda una sociedad. Algunas de las funciones que la sociedad le otorga a la televisión se pueden expresar que son: distracción, pasatiempo (necesidad de evasión), fuente de información (cognoscitiva), compañía (afectiva e integración personal), motivo de reunión familiar (integración social), motivo de reunión social (integración social) y medio de adopción de esquemas mentales (integración personal y social) (Caldeiro, Graciela; 2005).

Críticas en torno a la televisión como actividad recreativa destacan el carácter pasivo que posee en el plano recreativo e intelectual. Los cuestionamientos circulaban en relación a que los mensajes que transmiten son, mayoritariamente, irrelevante dirigida a un entendimiento

superficial en contra del aburrimiento, que influía, decisivamente, en la formación de niños y jóvenes construyéndoles un deseo de consumo. La manipulación en la publicidad, a través de las imágenes y la forma de presentar los productos, logra que el espectador desee el producto anunciado sin que esté consiente de esto. Estos efectos nocivos contienen implícitamente, el individualismo, elitismo, racismo, y el consumismo; elementos negativos que se reproducen a través de símbolos y códigos en las imágenes televisivas.

La televisión puede llegar a ser el gran arte popular del hombre moderno, si se eliminan acciones manipuladoras, los fines comerciales en las sociedades donde impera la libre empresa, si se reduce la legitimación de los sistemas económicos basándose en la reproducción de la ideología dominante, si se produce por calidad y no por cantidad o rentabilidad y se elaboran contenidos que no tengan fines elitistas o consumistas. Los mensajes televisivos pueden revertir los efectos, encaminándose a fomentar una sociedad de equidad, de rescate de valores morales y de ética social.

## *Capítulo II: “Marco Teórico - Histórico de los Medios de Comunicación Masiva”*

### *Epígrafe II.5: La televisión desde una perspectiva de género.*

*“La noticia no tiene sexo, pero sí tiene género”*

*Ivonne Farah*

Los medios de comunicación son vendedores de imágenes, donde imperan modelos y formas de vida de la clase dominante; sin embargo, no es de extrañarse que existe una gran diferencia entre la realidad social y lo que proponen las pantallas de cine, televisión, los multimedia y todo tipo de creación audiovisual contemporánea, en cuanto a los modelos y formas de ser mujer y hombre (López de la Cerda, Coral; 2006).

Cuando se aborda la presencia mediática en lo que se refiere al género en los medios de comunicación, autores como Dow (2005) y Condit (2005), desglosan la presencia de los estudios de género y feministas en el mundo de la comunicación a través de las siguientes categorías: la primera se basa en el análisis de la comunicación pública de las mujeres y las feministas, centrándose en los discursos que tienen como principal eje a la mujer. Como segunda categoría señalan el análisis del rol de sexo/género como una variable en las prácticas comunicativas, esta corriente es de marcado carácter feminista. La tercera categoría y última la constituye el análisis de las prácticas de comunicación con la idea de

combatir la injusticia de género y proporcionar modelos para prácticas de comunicación progresivas.

La investigación sobre la mujer en los medios de comunicación surge en la década de los setenta, pautada por un rasgo reivindicativo y crítico de las imágenes estereotipadas de la mujer tanto en revistas como en los programas televisivos, y el abuso de la exhibición del cuerpo femenino en los mensajes publicitarios. Al reflexionar sobre esta última problemática, la especialista Isabel Moya (2007), se refiere a la conformación de un paradigma de mujer eternamente joven y sus nefastas consecuencias, resaltándolo, como una forma de dominación y de exaltación de un pensamiento patriarcal. Moya señala que los comerciales dirigidos a mujeres jóvenes en televisión y en las revistas llamadas femeninas hablan de belleza y de atractivo físico. Destacando que estos productos comunicativos son diseñados a partir de conceptos dicotómicos: lo atractivo y lo no atractivo, lo feo y lo bello, los cuales funcionan como un espejo para percibir y evaluar el cuerpo femenino. (Moya, Isabel; 2007). La televisión favorece la reproducción de los estereotipos de género en torno a la mujer (principalmente) contribuyendo en la conformación de mitos, significados y valores atribuidos tradicionalmente, a este grupo social. Tradicionalmente, los protagonistas en los géneros televisivos son hombres, de aquí se desprende un discurso androcéntrico in-consciente que se impregna en la sociedad; complementándose con la escasa representación de la mujer en la televisión en determinadas esferas de la vida social (**Anexo 4**). La idea de que la esencia de la feminidad consiste en agradar el deseo del varón, ha confirmado la obsesión de los arquetipos publicitarios de la mujer por la belleza.

Como consecuencia de las organizaciones de mujeres en los años sesenta y setenta, que también apuntaban a la responsabilidad de los medios de comunicación, por su influencia en la opinión pública, en la situación de desigualdad de las mujeres respecto de los hombres, la ONU, promovió la reflexión sobre la importancia de las representaciones que los medios de comunicación elaboraban acerca de las mujeres y de los hombres. A partir de este momento, se comienzan a confeccionar en la mayoría de los países desarrollados estrategias que se materializaron en políticas sociales destinadas a los medios de comunicación en pos de la equidad de género. Como parte de las acciones formuladas para ello, el estado Español desarrolló un trabajo pionero en el área dedicada genéricamente a la transmisión de valores y actitudes igualitarias dos objetivos prioritarios, promover y difundir

los valores y prácticas en los que se fundamenta la igualdad entre mujeres y hombres y evitar una imagen estereotipada y sexista de las mujeres en los medios de comunicación y la publicidad. La Unión Europea, por su parte, ha venido operando en la promoción ofrecida por medios de comunicación en aras de una imagen más diversa y menos estereotipada de mujeres y hombres. Sostienen que se conseguirá modificar las imágenes de las mujeres en los medios cuando constituyesen una mayoría significativa de la fuerza laboral, fomentando la igualdad de oportunidades institucionales y profesionales.

La gran mayoría de las recomendaciones aprobadas en la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer en Beijing en el acápite Mujer y Medios de Comunicación ya han sido implementadas en nuestro país desde hace varias décadas, pues la creación de políticas para el acceso de la mujer cubana a los medios, la elevación de su nivel cultural y el esfuerzo por lograr que la imagen de la mujer responda a los profundos cambios ocurridos en su vida es voluntad del estado cubano desde el año 1959 con el triunfo de la revolución. En este sentido el Plan de Acción Nacional de la República de Cuba de Seguimiento a la Conferencia de Beijing, que tiene carácter de ley, ha propuesto tres medidas fundamentales para perfeccionar el trabajo de los medios de comunicación en la promoción de una cultura de la equidad: 1) Aplicación consecuente de las políticas informativas que orientan el tratamiento no sexista de las mujeres, a través de códigos de ética profesionales, líneas editoriales y rutinas profesionales. 2) La capacitación de comunicadores y comunicadoras en materia de género. 3) La investigación comunicológica con enfoque de género de todos los procesos comunicacionales. Estas medidas representan un paso de avance para aquella voz que durante siglos fue secuestrada, pero que en estos momentos esta rompiendo los silencios, la voz de las mujeres. Sin embargo en estos dictámenes ¿qué ha ocurrido con los hombres? Sería interesante y necesario abordar también la representación masculina en los medios, ya que lo masculino y lo femenino están contruidos de manera dicotómica y excluyente: lo no masculino es femenino. Podemos afirmar que la televisión cubana continúa jugando un papel protagónico en la transmisión de valores relacionados con las masculinidades hegemónicas. Es evidente que la cultura profesional de los comunicadores enraíza prácticas e imaginarios que tienden a perpetuar los modelos de masculinidad vigentes, donde caracterizan a los hombres como personas importantes y seres activos, autónomos, fuertes, potentes, emocionalmente controlados, heterosexuales y proveedores; excluyendo toda posibilidad de

aceptación social al resto de los modelos masculinos. Sin embargo, a juicio del especialista Julio González Pagés, las masculinidades son todavía una asignatura pendiente en el audiovisual cubano.

En Cuba la televisión no solo se enfrentan al tratamiento insustancial de temas clave entorno al género, sino que durante años la poca presencia de las personas negras, homosexuales, religiosos, campesinos entre otros, ha constituido un problema aún no resuelto. Hoy esta situación, analizada desde una perspectiva de género, alcanza una connotación más dramática a partir del debate actual sobre la discriminación. Teniendo en cuenta estos elementos, superar esta condición social es un deber en pos de la sociedad que se pretende construir, donde se valoren a las personas por elementos que incluye solo un status social; sino por valores humanos determinados por la aceptación y la equidad.



*Capítulo III: Aparato metodológico – conceptual y análisis de los resultados.*

*Epígrafe III. 1: Aparato metodológico – conceptual*

*III.1.1: Paradigma de Investigación.*

Para hacer investigación es necesario asumir una postura paradigmática, y en especial un paradigma disciplinar o epistémico, el cual parte de supuestos, premisas y postulados definidos por la comunidad científica. Cada paradigma establece técnicas y métodos, en consonancia con la metodología a utilizar. El objeto de estudio de cada investigación determina la metodología que ha de emplearse. Siendo los mensajes televisivos un producto comunicativo de códigos complejos cuyos significados están asociados a cuestiones de interpretación social, la metodología para su examen es esencialmente cualitativa.

A partir del siglo XIX, con el auge de las Ciencias Sociales – sobre todo de la sociología – la metodología cualitativa comienza a desarrollarse de forma progresiva, aunque no es hasta la década del sesenta que las investigaciones de corte cualitativo resurgen como una metodología de primera línea, principalmente en Estados Unidos y Gran Bretaña. A partir de este momento, en el ámbito académico e investigativo hay toda una constante evolución teórica y práctica de la metodología cualitativa. Nombres de indiscutible importancia asociados a los inicios de la metodología cualitativa son Fredrerick LePlay, Bronislaw Malinowski y la Escuela de Chicago.

En investigaciones cualitativas se debe hablar de entendimiento en profundidad en lugar de exactitud: se trata de obtener un entendimiento lo más profundo posible. La metodología cualitativa, como indica su propia denominación, tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno. Dentro de las características principales de esta de metodología podemos mencionar:

- ✓ La investigación cualitativa es inductiva.
- ✓ Tiene una perspectiva holística, es decir, considera el fenómeno como un todo.
- ✓ Se trata de estudios en pequeña escala que solo se representan a sí mismos.
- ✓ No suele probar teorías o hipótesis. Es un método de generar teorías e hipótesis.

- ✓ La base está en la intuición. La investigación es de naturaleza flexible, evolucionaría y recursiva.
- ✓ Analizan y comprenden a los sujetos y fenómenos desde la perspectiva de los dos últimos; debe eliminar o apartar sus prejuicios y creencias.

El análisis documental es un método cualitativo que se centra en el análisis interno y externo de documentos de naturaleza diversa ya sea personales o grupales; formales o informales. Como parte del método del análisis documental se encuentra la técnica del análisis de contenido, herramienta principal utilizada en la investigación en cuestión. Según Krippendorff (1982) el análisis de contenido es una técnica de investigación para hacer inferencias validas y confiables de datos con respecto a su contexto. Puede ser aplicado virtualmente a cualquier forma de comunicación (programas televisivos o radiofónicos, artículos en prensa, libros, poemas, conversaciones, pinturas, discursos, cartas, reglamentos, etc.) Por su parte Cartwright (1953) reflexiona en torno a la conducta simbólica, es decir, lo importante es el aspecto simbólico del mensaje, no lo que se dice o se describe, sino lo que representa, lo que se da a entender, o se sobreentiende en dicho mensaje. (Hernández, Sampier, Roberto: 301 - 303). Dentro de las principales características del análisis de contenido, se destacan:

- ✓ Objetividad: Los resultados pueden ser verificados, por medio de procedimientos de análisis reproducibles
- ✓ Sistematicidad: La fijación de criterios previos permite incluir o excluir categorías.
- ✓ Contenido manifiesto: Los contenidos permiten observación directa, sin que perturbe la investigación de los contenidos latentes.
- ✓ Capacidad de generalización: Permite realizar análisis de datos cuantitativos y cualitativos para probar hipótesis y extraer conclusiones.

El análisis de contenido es una técnica esencialmente de la metodología cualitativa, sin embargo, utiliza oportunamente técnicas cuantificables que complementan el objetivo de la investigación. La recogida de información debe reunir todos los requisitos científicos necesarios para la obtención de significados que se refieren a un sistema de creación de categorías, además de ser capaz de adquirir información numérica y cuantificaste a través del contenido manifiesto de un documento.

En las Ciencias Sociales la polémica de la confiabilidad y representatividad ha planteado la supuesta dicotomía entre lo cuantitativo y lo cualitativo, el positivismo y la fenomenología, el empirismo norteamericano y el interaccionismo simbólico que encerraron metodologías unilaterales en la defensa de la veracidad científica y la aproximación más fiable a la realidad. En la actualidad, la búsqueda metodológica se fundamenta en la integración de las técnicas y métodos por ambas partes; se confecciona así un equilibrio, que se denomina “triangulación metodológica”.

### *III.1.2: Análisis de las técnicas empleadas.*

Para el desarrollo de esta investigación se utilizaron técnicas como:

- ✓ Análisis bibliográfico: Para indagar en la literatura especializada sobre el género y lo concerniente a la perspectiva de género en los medios de comunicación masiva, específicamente en la televisión.
- ✓ Observación científica: Esta técnica fue utilizada para el visionaje de los programas con el objetivo de obtener información a través del código visual y sonoro, permitiendo la localización de los indicadores y la manera en que son proyectados.
- ✓ Entrevista semi - estructurada: En esta entrevista se combinan las preguntas previamente elaboradas y estructuradas, con la forma de abordar un tema o aspecto de interés, se la da la flexibilidad para que el entrevistado lo desarrolle y a la vez, en el transcurso de la entrevista se hacen las respuestas que el entrevistador entienda sea necesario hacer buscar, ampliar y profundizar en la información buscada. **(Anexo 5, 6, 7)**
- ✓ Análisis de contenido: Esta técnica permite descubrir los significados que subyacen en los mensajes televisivos por medio de la codificación, a través de la cual las características relevantes del contenido de un mensaje son transformados a unidades que permitan su descripción y análisis preciso. Lo importante del mensaje se convierte en algo susceptible de describir y analizar. **(Anexo 8).**

### *III.1.3: Diseño de investigación.*

- ✓ **Problema:** ¿Cuál es el enfoque de género que prevalece en el mensaje televisivo de la programación del telecentro Telecubanacán de la provincia de Villa Clara?
- ✓ **Hipótesis:** El enfoque de género que prevalece en el mensaje televisivo de la programación del telecentro Telecubanacán de la provincia de Villa Clara es aquel que reproduce las relaciones entre los géneros atendiendo a las diferencias sexuales.
- ✓ **Objetivo General:** Analizar cuál es el enfoque de género que prevalece en el mensaje televisivo de la programación del telecentro Telecubanacán de la provincia de Villa Clara.
- ✓ **Objetivos específicos:**
  1. Valorar el enfoque sociológico que ha prevalecido en la literatura científica sobre el tema de género.
  2. Fundamentar el tratamiento sociológico vigente en la literatura sobre los medios de comunicación masiva.
  3. Analizar el enfoque de género vigente en el mensaje televisivo de la programación del telecentro Telecubanacán.
  4. Proponer un conjunto de acciones para el tratamiento del enfoque de género en el mensaje televisivo de la programación del telecentro Telecubanacán.

#### ✓ **Operacionalización:**

##### **a) Categoría de análisis**

Enfoque de Género

##### **b) Unidad de observación**

Programa / Mensaje televisivo

##### **c) Subunidades de observación**

Código Visual: Para este análisis se tuvo en cuenta indicadores como la kinesia, la cual responde a las imágenes y empleo de signos analógicos o simbólicos. El cromatismo basado en la utilización connotativa y simbólica que se le ofrece a los colores y la estructura dramática; teniendo en cuenta la acción, donde se refleja el sujeto, su estado de ánimo, su

intencionalidad, sus contradicciones, la época y los problemas del entorno. El conflicto que es la base de la historia, los personajes que participan y la distribución de los temas y las secciones.

Código Sonoro: En este código se tuvo en cuenta los tipos de sonidos como documento que se utilizan en la televisión: sonido como complemento de la información, sonido de fondo o ambientación, sonido como representación de la información y sonido como ruido u obstrucción de la información. La música se consideró atendiendo a una serie de aspectos como: autor, género y la utilización de la misma según los sexos.

Código Verbal: Se examinaron las palabras codificándolas en función de su frecuencia asociándolas a significados y se estudiaron las frases abordando la frecuencia de los temas y asociándolas a las dimensiones.

#### **d) Dimensiones de la Categoría de análisis**

El enfoque de género centrado en la mujer.

El enfoque que atiende las relaciones entre hombres y mujeres teniendo en cuenta solo las diferencias sexuales.

El enfoque relacional el cual comprende las diferencias sexuales, raciales, de preferencia sexual, religiosas y clasistas entre los grupos sociales de un mismo sexo.

#### ***III.1.4: Selección de la muestra.***

La provincia de Villa Clara surgió en 1976, como producto de la división político administrativa que multiplicó en tres la antigua provincia de Las Villas. Esta se encuentra situada en el centro de la isla de Cuba contando con una extensión territorial de 8662.4 km<sup>2</sup> y una densidad poblacional de 96,2 hab/km<sup>2</sup>. Esta provincia ocupa un lugar de avanzada en cuanto a los indicadores económicos, sociales y culturales, sustentado fundamentalmente en el turismo, el sistema de salud y en espacios culturales encaminados a los diversos gustos. Una de las instituciones culturales que prestigia el territorio lo constituye el telecentro Telecubanacán, fundado el cinco de noviembre de 1984, el cual se convirtió en Centro Regional de Información del canal nacional Tele Rebelde para el territorio central de Cuba, que incluía a las provincias de Cienfuegos, Sancti Spíritus y Villa Clara. A finales de la

década del noventa y principios del año dos mil, Telecubanacán pasó a ser una televisora de carácter local, con transmisiones diarias de lunes a viernes de doce a doce y treinta del mediodía, y de cinco a seis de la tarde. Dicho telecentro define como misión principal la de reflejar el entorno donde se encuentra enclavado y reportar para el resto del país a través del Sistema Informativo de la Televisión Cubana; además de satisfacer las necesidades informativas, educativas y de entretenimiento de la población de la provincia de Villa Clara.

El telecentro Telecubanacán abarca los trece municipios de la provincia **(Anexo 14)** con transmisiones de lunes a viernes en un total de siete horas y media; llegando a un público total de 815897 habitantes, de los cuales 411050 son hombres y 404847 son mujeres. Ofreciendo una programación a los telespectadores quince espacios que abarcan el amplio diapason de la sociedad cubana, donde se destacan por su perfil lo histórico, juvenil, cultural, infantil, informativo, deportivo, campesino, la orientación social, una revista de variedades y un noticiero **(Anexo 9)**. Dicha programación se formula atendiendo a las políticas fijadas por el Estado cubano para la televisión y la radio, las que se sustentan en un conjunto de principios básicos relacionados con los intereses de la nación cubana. En el contenido de estas políticas resaltan los aspectos generales y esquema de la programación, los tiempos y horarios de transmisión, la estructura de los créditos, los tipos de programación, la propaganda y la publicidad, los lineamientos generales, de los cuales dos de ellos poseen una perspectiva de género, refiriéndose a la comprensión y aceptación de la diversidad racial, de género, sexual y generacional además de la contribución a la difusión de la imagen y papel de la mujer en la sociedad cubana y por último los temas y balance temático de la programación los que estarán coherencia con los lineamientos generales, estructurando equilibradamente las prioridades informativas, educativas, culturales, deportivas y recreativas. Según Nieves Estévez, directora de programación del telecentro, *existe una cantera temática mensual, trimestral y anual, la cual es la base de los temas abordados en la programación, aunque los de obligatorio tratamiento, a los cuales hay que darle una evaluación sistemática son los valores, la prevención del VIH - SIDA, la lucha contra las drogas, la educación económica de la población, la campaña contra el mosquito y determinados temas de salud.* El setenta por ciento de la programación televisiva de la

institución en cuestión es informativa, ya que su función primordial lo constituye mantener a la población informada sobre la realidad local.

El proceso de programación se estructura en tres etapas, siendo la primera de ellas, la preproducción que consiste en desarrollar la idea del programa, consolidando un proyecto que es presentado en el departamento de programación del telecentro, integrado por especialistas en programación, asesores, guionistas y especialista en investigación, los que están encargados de su aprobación. Si el nuevo proyecto es admitido se inicia la segunda etapa denominada grabación o salida en vivo, realizada generalmente en el estudio. Esta parte del proceso está, a cargo del departamento de producción y creación conformado por directores de programa, locutores, productores, montajes escenográficos, maquillistas y videotécnicas encargados de la realización y salida al aire del programa. Una vez grabado y editado, el programa regresa a la supervisión del departamento de programación, iniciándose la tercera etapa llamada postproducción, en la que se detecta algún error técnico o motivo por el cual el programa no deba salir al aire; de esta manera el proceso como declaró Mayrilis Rodríguez, jefa de creación y producción, *el proceso nace y muere en programación*.

En pos de lograr el objetivo del trabajo se efectuó la selección de la muestra de una forma intencional atendiendo a los criterios de heterogeneidad genérica, destinatario y contenido de los programas. Después de un breve análisis en la oferta televisiva del telecentro en cuestión, se seleccionaron los programas: “Pensando en Usted”, producto audiovisual de orientación social, destinado a toda la población; el cual está concebido desde el abordaje de temas variados como la salud, jurídicos, cuidados de los animales afectivos, cocina, entre otros. Este programa incluye secciones de cocina, ejercicios físicos y consejos útiles para la familia villaclareña. **(Anexo 10)**. Otro programa selecto fue el juvenil “Somos de Hoy”, único de su género en la mencionada institución, destinado a un público adolescente y joven por excelencia. En cada emisión del programa se desarrolla un tema, el que cuenta con reflexiones e interrogantes insertadas por los conductores, apoyadas por entrevistas y de una breve sección musical. **(Anexo 11)**. El tercer programa escogido fue la Revista informativa variada “Buenas Nuevas”, destinada a la población en general, esta es uno de los pocos programas del telecentro denominados “saco”, ya que además de las secciones habituales como reportajes, curiosidades, cartelera, encuestas en la calle, es un producto en función de las necesidades eventuales que puedan surgir de imprevisto. **(Anexo 12)**.

El análisis de los programas se realizó en un período de tiempo de cinco meses, desde Enero del dos mil nueve hasta Mayo del mismo año. En ese espacio de tiempo se transmitieron veinte programas de Pensando en Usted y de Somos de Hoy (ambos de salida al aire semanal), mientras que del espacio Buenas Nuevas (con una frecuencia de dos veces por semana) se transmitieron cuarenta programas.

### *Capítulo III: Aparato metodológico – conceptual y análisis de los resultados.*

#### *Epígrafe III. 2: Análisis de los Resultados.*

El espacio juvenil “Somos de hoy” surge como proyecto, según Yolanda Ramos, su directora en el año 2002, debido a la necesidad de cubrir un espacio destinado a los jóvenes, el cual satisficiera sus demandas. *Me proponen el proyecto* expresa la directora y fue ella misma quien plantea el género, programa juvenil de opinión. En sus inicios el programa contaba con cuatro conductores, *con mi afán de distinguirlo del resto de los espacios juveniles del país.* Desde su creación hasta la actualidad el espacio se ha sometido a notables cambios dentro de los que podemos destacar la modificación en el lenguaje, la supresión de algunas secciones así como la incorporación de la sección el Bombazo. Los temas que desarrolla el programa están vinculados a los valores éticos y estéticos, a la filosofía de la vida, a temas universales que puedan interesarle a todos; aunque en palabras de la directora *cada cierto tiempo desarrollamos algunos de los temas establecidos como obligatorios dentro de los cuales no aparece el género.*

En el análisis del programa “Somos de hoy”, atendiendo al código visual, se percató en la kinesia la utilización de imágenes realistas haciendo énfasis en imágenes de jóvenes y adolescentes, sector poblacional al cual está destinado. Las imágenes resaltan las actividades en las que este grupo social se vincula e identifican. La escenografía de este producto audiovisual la conforman lugares históricos, culturales, educacionales, centros laborales, entre otros lugares en los que frecuentemente se aglomera la juventud de la ciudad capital de la provincia. Estos espacios geográficos se dan en correspondencia al tema a desarrollar y a las personas que serán entrevistadas. Las imágenes reflejan a sus dos conductores, ella adolescente mestiza y el joven blanco en una situación dramática que va a estar dada en consonancia con el tema; donde las diferencias sexuales vienen a marcar la rivalidad.

El uso de las imágenes simbólicas en este programa está dado generalmente por las acciones en las cuales asocian a las muchachas y muchachos indicando a través de ellas formas de comportamiento, estilos de vida, es decir, representan los paradigmas a imitar. Las imágenes simbólicas son utilizadas de forma explícita en spots promocionales incluidos en los intermedios del programa, encaminados a la prevención de las ITS, el VIH SIDA, y la lucha contra las drogas. Las imágenes desarrolladas en el programa atienden a mujeres y hombres heterosexuales, generalmente blancos, lo que nos describe el patrón a seguir atendiendo a la orientación sexual y a la raza. Como este producto tiene un destinatario bien delimitado, sus imágenes resaltan el papel social de la mujer de acuerdo a la edad del público, representando jóvenes estudiantes y trabajadoras sin dejar de resaltar el rol de futura madre y esposa. Las imágenes de la mujer a pesar de su progresiva representación como dueña ya del espacio público no han dejado de ser enmarcadas en cualidades como la sencillez, la fragilidad, la sumisión y la belleza. El abuso del cuerpo femenino como eternamente joven y adolescente se apodera de las imágenes televisivas a través de representaciones de la mujer en marcos asociados al interés por la belleza física. Las imágenes masculinas por su parte responden al modelo de masculinidad hegemónica heterosexual, promiscuo, dueño de la sexualidad y del control sexual, exaltándose como proveedor económico; la imagen del hombre no trasciende el discurso machista de lo masculino como garante sexual-económico-intelectual-controlador y proveedor.

Teniendo en cuenta el cromatismo como indicador, los colores más utilizados en los diseños gráficos de los spots, dígame de presentación, cierre o los promocionales, son el verde, el amarillo, el azul, el negro, el rojo, el violeta y el rosado. Si tenemos en cuenta su uso vinculado a los géneros, los colores que simbólicamente se utilizan en imágenes masculinas son los de tonalidades frías (Azul, negro y verde), mientras que las imágenes femeninas son identificadas con colores cálidos (Rojo, rosado y amarillo). En la entrevista realizada a Yolanda Ramos Rosario, señala, *siempre trato de que los colores sean femeninos, colores suaves, con la intención de reconocer la belleza de la mujer*. Los colores son elementos secundarios que matizan, adornan y complementan el objetivo del producto; son utilizados como violencia simbólica, el color como portador de un sexo. Los contrastes actúan como símbolos de apoyo, como herramienta psicológica que marca la atracción mayor o menor de los mensajes. En dicho producto como los conductores son de sexos opuestos, esta

característica es desarrollada con la combinación de azul y rosado o rojo, de violeta y naranja, de verde y rosado; es decir, empleando colores socialmente representados como masculinos y femeninos respectivamente.

En cuanto a la estructura dramática de este espacio juvenil podemos señalar que la conforman dos personajes, mujer como personaje positivo, siempre realiza las aclaraciones, demuestra la equivocación del hombre, y actúa con desenvolvimiento, mientras que el hombre se desarrolla como poco reflexivo, con la intención de tener la razón, pero finalmente siempre termina dándosela a su compañera. Los personajes son construidos con toda una intencionalidad de rivalidad entre sí, discrepando en opiniones, perspectivas y visiones, entorno a esto la guionista expresó que, *el elemento dramático fundamental, lo que le da vida al programa y sube la curva dramática es precisamente la rivalidad entre los personajes. Los jóvenes un tanto se van identificando con el personaje negativo, característica que garantiza la aceptación del programa.* Esta construcción de los personajes difunde no solo las relaciones antagónicas que históricamente se han establecido entre los hombres y las mujeres sino que además la perpetua, fomentando un desencuentro entre los géneros.

La distribución de los temas y las secciones del programa se estructuran atendiendo primeramente a la presentación del tema, avances, conceptualización del mismo, desarrollo del concepto, la música y las consecuencias y soluciones, las que establecen el cierre del programa. En los visionajes realizados al programa se pudo presenciar que las secciones están encasilladas en los sexos; la presentación y la sección musical denominada Bombazo, que en palabras de la directora es *el punto de atracción*, le corresponde al hombre, el desarrollo del tema y el cierre están dados por la participación conjunta, mientras que solo la sección de saludos y correspondencia es dirigida por la mujer.

En lo sonoro se tuvo en cuenta como primer indicador los sonidos, particularmente sus cuatro funciones, determinando que la mayor utilización de sonidos en este producto se realice como complemento de información, donde este ayuda a profundizar el propósito del mensaje emitido. La música se comporta como otro indicador que atiende a lo sonoro, donde los géneros musicales más utilizados son el reguetón, el pop, las baladas románticas, la música fusión y en menor cuantía el rock. Es válido destacar que la música, el género y el autor, así como el contenido de las canciones tributan a un producto final que asocia los espacios

masculinos a los géneros musicales como el rock, el reguetón y las baladas, mientras que los espacios femeninos son representados por la música fusión y el pop.

El análisis de lo verbal se realizó atendiendo a la frecuencia de palabras y frases que señalaban la reproducción de algunos de los enfoques de género, donde se pudo constatar durante los cinco meses de estudio de los guiones, que este programa asocia a la mujer con la belleza, la imagen física, la imagen armoniosa y simétrica del cuerpo femenino, apreciándose frases que llevan este mismo mensaje como, *deseaba ver tu bella imagen de mujer moderna, o eres mi bella mujer, el adorno de este programa*. Estas construcciones gramaticales no se alejan de las representaciones tradicionales de género, estereotipando la imagen femenina. El hombre es asociado a la inteligencia, rudeza, fortaleza, ratificándose que *los hombres se sienten más seguros y reafirman su sexualidad cuidando a su pareja*. Se erige una vez más el hombre muralla, desprovisto de sentimientos, dos cualidades que la masculinidad hegemónica se ha encargado de distanciar. En los textos que le corresponden a la mujer las palabras giran en torno al amor, la ternura, la dulzura, sencillez, cariño, las relaciones familiares y la comprensión; utilizan un lenguaje que refiere temas espirituales y esenciales de la vida, tomando como eje la felicidad. Por otra parte los textos otorgados al hombre muestran palabras menos filosóficas y más objetivas, polémicas, que se refieren a la inteligencia, la dirección, el trabajo, el sacrificio y la protección; con frases que perpetúan una sociedad machista tales como *un hombre que ríe nunca será peligroso*.

El programa Pensando en Usted nace como proyecto en el año 2001 con el objetivo de responder a las necesidades e inquietudes del público villaclareño en torno a determinados sectores sociales, contando con un colectivo de trabajadores (**Anexo 13**) que garantizan el desarrollo del mismo. Es un producto que ha sufrido poco cambio en su estructura desde su creación ya que las secciones son flexibles y pueden variar de un programa a otro manteniéndose sin variación la sección de consejos útiles, la sección de cocina, la sección de ejercicios y los dramatizados. Entre los temas más abordados en el programa se encuentran los de salud, y en menor medida los jurídicos y culturales. En cuanto a la temática de género, según Carlos Machado, su director, *se tiene en cuenta la presencia de la mujer pero no el de género*.

Cuando se analiza este programa atendiendo al código visual se pudo precisar en cuanto a la kinesia que son en gran medida utilizadas las imágenes realistas, ya que es un programa en

vivo, donde todo lo que ocurra en el estudio será observado por los receptores, aunque es válido resaltar que el programa cuenta con secciones habituales grabadas. Las imágenes presentadas en el spot de inicio y cierre están vinculadas a labores habituales de la población en general: estudio, trabajo, actividades hogareñas, entre otras. La escenografía del set refleja la apariencia de una sala donde se cuenta con un juego de muebles, siendo este el lugar donde se desarrolla la entrevista, eje del programa. Las imágenes en el estudio se centran en la conductora cuando presenta alguna sección y en el invitado cuando responde preguntas, aunque se utiliza como recurso la proyección de la imagen conjunta. Las características del programa determinan una mayor utilización de las imágenes realistas aunque esto no niega por completo el empleo de imágenes simbólicas. El símbolo más trascendental en este programa lo constituye el logo del mismo, construido con la imagen de un hombre envuelto en un signo de interrogación, utilizándose en la presentación, en el intermedio y en el final del programa. El producto audiovisual utiliza como imágenes simbólicas los spot promocionales los que anuncian sin la utilización verbal el tema a tratar, fechas históricas o temas de campañas nacionales. Durante el tiempo de visionaje no se pudo apreciar ningún spot encaminado a la formación e instrucción del género como temática.

Se puede señalar que este espacio se proyecta hacia un comportamiento heterosexual, resaltando las relaciones de pareja, el matrimonio, y los roles de los padres en el cuidado de los hijos. Durante las secciones se pudo apreciar la dirección fundamentalmente de mujeres, blancas, así como su conductora, que también responde a este patrón físico. Los roles que se reproducen en este programa son los tradicionales para con los géneros, en el caso de la mujer, guardiana de la belleza física, vinculada al cuidado de los hijos y el marido. Durante el visionaje realizado en la sección de cocina nombrada Así de Fácil, se constato el protagonismo del sexo femenino en la elaboración de platos, observándose la presencia masculina solo cuando le correspondía la confección de coctelería o tragos, constituyendo esto, un encasillamiento más de la mujer en el marco de cuestiones hogareñas. En este programa el hombre se visualiza bajo los roles de proveedor económico, trabajador y profesional, ya que su presencia es generalmente como invitado, es decir, como funcionario del sector relacionado con el tema en cuestión. La representación masculina se ve reafirmada como dueña del espacio público al asistir bajo la condición de detentador de alguna jerarquía. Estas imágenes representan códigos que responden a patrones tradicionales, significados

que llegan a la sociedad desapercibidos ya que no van encaminados a la transformación de la misma sino a la reproducción de la realidad.

A través del indicador visual que responde a la utilización de los colores, es decir, el cromatismo, se comprobó que los colores más utilizados en este espacio son el verde y el amarillo, y en menor medida, el azul y el blanco. Estos son utilizados esencialmente en imágenes graficas animadas de la presentación, el cierre, los spot y la escenografía del programa. El cromatismo es un elemento poco explotado en las diferentes secciones del programa, sin embargo utiliza en mayor medida la representación visual de roles y acciones tradicionales.

La estructura gramática de “Pensando en usted” se desarrolla bajo un personaje principal, en este caso la conductora y anfitriona, la cual es la encargada de dirigir, orientar y entrevistar al invitado así como el programa en general. El personaje secundario es el invitado, quien debate y reflexiona entorno a la temática. Toman parte también como personajes las personas que dirigen cada una de las secciones habituales del programa. Los programas que han contado con dramatizados han se han desarrollado en pos del tema que se trate. Los personajes son generalmente la madre permisiva y complaciente, el padre exigente y poco comunicativo y abuela previsor y protectora. El programa se distribuye atendiendo a la presentación del tema y del o los invitados, primera parte de las entrevistas, sección de cocina, segunda parte de las entrevistas, sección de ejercicios, llamadas de los televidentes y despedida.

Cuando se examinó el código que responde a lo sonoro se tuvo en cuenta los sonidos, que son utilizados en el programa en dos de sus funciones: como representación de la información donde el televidente escucha y se percata del sonido propio del programa y como sonido de fondo o ambientación empleado en la sección de ejercicios, como parte de su ejecución. La música no es un elemento poco explotado en este programa, comportándose como un indicador poco relevante de información en este producto.

En el análisis que atiende a lo verbal del programa se pudo apreciar una frecuencia de palabras que se vinculan a la representación femenina como familia, cocción de alimentos, cultura alimenticia, ejercicios para el fortalecimiento de determinadas partes del cuerpo, enfermedades de la piel, interés en recetas de cocina, entre otras, cuya presencia femenina se relaciona con profesionales de las artes o la educación. Tanto los temas como las

profesiones se comportan de manera estereotipada, reiterándose el análisis que se ha venido desarrollando. Sobre los temas de adaptación de los niños a los círculos infantiles, la conducta que se debe adoptar para con el niño y el otorgamiento a las madres trabajadoras del círculo infantil han versado las frases del programa en torno a la mujer. El papel de los hombres en este programa se ve vinculado a asuntos científicos, temas de enfermedades y consumo de medicamentos, trámites legales, gestiones de dirección, entre otros, siendo representados por profesionales, fundamentalmente doctores, dirigentes y militares, que delimitan determinado status social. Para los hombres no hay muchas oportunidades de sentimientos ni responsabilidades en la paternidad; en un tema tratado en el programa refiriéndose al otorgamiento de los círculos infantiles se expresó que *solo se le otorga el círculo infantil a los padres en caso de que haya fallecido la madre*. Esta frase desviste la sociedad cubana por excelencia machista, es claro que hasta los propios funcionarios encargados de adoptar determinadas decisiones están influenciados por una formación patriarcal hegemónica.

La revista informativa variada “Buenas nuevas” aparece como proyecto en el año 2006, precediéndola un espacio poco funcional. Esta revista es considerada un programa “saco”, pues además de contar con su cantera temática, desarrolla temas que surgen de imprevisto, característica que no le permite contar con un público determinado, es decir, responde a las necesidades del canal y no de la población. Este espacio aborda en cada emisión dos temas que generalmente van acompañados de invitados, aunque es válido señalar que las temáticas mas abordadas son las culturales. Este programa según Orlando Morales, su director, *no se presta para el desarrollo de la temática de género, ya que no tiene un género definido, y por tanto no cuenta con un determinado grupo de opciones*.

En lo que respecta al código visual, específicamente en la kinesia, se puede señalar que el programa que se analiza, desarrolla imágenes encaminadas a reflejar la actualidad y orden temático requerido por el contexto villaclareño. El producto audiovisual se basa en la transmisión de imágenes que tienen como objeto la información y no la transformación. Dicho programa se realiza en vivo dentro del estudio, cuya escenografía la conforman cuadros artísticos con imágenes femeninas. Según Morales, director y guionista, *la escenografía no se colocó con intención alguna, sino que se utiliza lo que se pueda gestionar*. No incide en este caso un factor intencional como objetivo definido, sino que está determinado por un elemento

económico. Las imágenes simbólicas son utilizadas en este producto esencialmente en los spot promocionales, los que generalmente están vinculados a temas de interés nacional, como fechas históricas, acontecimientos políticos, prevención de enfermedades, entre otros. Los spot promocionales en torno a la homosexualidad son en extremo simbólicos, es decir, no se utilizan imágenes reales, sino que se apoyan en colores, sonidos y signos capaces de transmitir el mensaje.

Las características que atienden a elementos físicos sugieren que el programa tiene como personaje principal a su conductora, del sexo femenino, blanca y de buena apariencia física, rasgos que identifican un prototipo de belleza que responde a patrones hegemónicos de belleza. El programa vincula tanto a hombres como a mujeres a roles profesionales, aunque sería válido acotar que las invitadas se vinculan a labores relacionadas con el arte, la creación, el diseño, las modas, entre otros, mientras que los hombres son asociados o vinculados a la pelota, las empresas, ingenierías, la música, entre otros.

En cuanto al cromatismo, los colores que mayor predominio tienen en el programa, en luces son el rojo, el amarillo y el azul, y en escenografía el azul, el rojo, el naranja y el rosado. La utilización de los colores está dada por la significación simbólica que ofrece cada color, estando en consonancia con el tema. Los colores en este producto generalmente no son utilizados intencionalmente, sino de una forma espontánea, por la formación social estereotipada de los propios especialistas. En las imágenes de la conductora resaltan colores simbólicamente reconocidos como femeninos, es decir, el rojo, el rosado y el naranja, mientras que en el espacio geográfico destinado a los invitados prevalece el azul, color establecido socialmente como masculino.

Al analizar la estructura gramática como indicador visual, el personaje que se desarrolla como principal es la conductora, encargada de la dirección del programa mientras este al aire. Como personaje secundario se cuenta con los invitados, los que ofrecen todas las informaciones relativas al tema. La revista informativa “Buenas nuevas” se distribuye en presentación, spot promocional del tema, primer tema, entrevista, segundo tema, momento musical y cierre.

Cuando se analiza lo sonoro se perciben los sonidos como complemento visual, estando muy vinculados a imágenes sensacionalistas. Este programa utiliza el sonido como fondo y ambientación durante las entrevistas, además de la utilización en menor medida del sonido

como representación de la información. Por otra parte, la música es esencialmente del patio, desarrollando géneros como la fusión, trova y el bolero, siendo las intérpretes femeninas las que defienden los géneros de bolero y fusión, mientras que los hombres se desempeñan como trovadores.

Atendiendo a lo verbal, la revista “Buenas nuevas” carece de un enfoque delimitado de género, aunque escasamente se pueden señalar palabras con las que identifique a la mujer con arte, belleza, con frases que se refieren implícitamente a la sumisión femenina, señalando *fue una mujer afortunada porque contaba con el apoyo de su esposo*. Los hombres son tratados con palabras ya no tan encaminadas a la rudeza, sino que abordan temas como la homosexualidad, refiriéndose con palabras de rechazo al odio, discriminación y prejuicio a estas personas, expresando frases como *por que no aceptar a las personas homosexuales, alejemos de nosotros solo a las malas personas*.

El mensaje televisivo de la programación del telecentro Telecubanacán, atendiendo a la muestra analizada responde en su generalidad, aunque muy superficialmente y con escaso conocimiento sobre el tema, al enfoque de género que establece relaciones entre hombres y mujeres como víctimas en desencuentro, atendiendo solo a las diferencias sexuales entre ellos. Por este motivo y como resultado del análisis anteriormente realizado se proponen un conjunto de acciones encaminadas al tratamiento del enfoque de género en el mensaje televisivo de la programación del mencionado telecentro siendo esta institución el máximo responsable de la ejecución de las siguientes acciones:

**Objetivo1:** Facilitar la capacitación de especialistas para mayor profundización y conocimiento real del tema.

### **Acciones**

- ✓ Habilitar un espacio geográfico que contenga bibliografía y permita la formación de los especialistas.
- ✓ Realizar talleres de reflexión rectorados por especialistas en el tema.
- ✓ Impartir cursos a directores, guionistas, asesores y especialistas en programación para profundizar los conocimientos en torno al tema.

**Objetivo 2:** Fomentar los espacios de reflexión y debate sobre el tema.

**Acciones**

- ✓ Crear un grupo de reflexión con especialistas de la propia institución para que comprendan la necesidad de inclusión del tema en los programas.
- ✓ Debatir en los consejos de programación la importancia de la utilización del género desde una perspectiva de equidad.

**Objetivo 3:** Aplicar los conocimientos asimilados referidos al tema de género a través de los mensajes televisivos de la programación.

**Acciones**

- ✓ Realizar programas donde se incluya la temática del género como requisito obligatorio atendiendo a la utilización de roles, funciones y actividades encaminadas a la equidad de los géneros.
- ✓ Realizar investigaciones sociales de audiencia para mantener la retroalimentación necesaria con los televidentes.
- ✓ Desarrollar programas donde se aproveche con mayor intensidad los elementos sonoros, ya que escasamente es utilizado y el cromatismo, donde se refleje un lenguaje simbólico lejos de estereotipos.



La presente investigación condujo al arribo de las conclusiones que a continuación se muestran:

- ✓ En los estudios de género desarrollados por la literatura científica sociológica se puedan identificar tres enfoques de género. Un primer enfoque que responde a un discurso feminista, el segundo que analiza las relaciones entre hombres y mujeres como víctimas en desencuentro, resaltando las diferencias sexuales, y el tercer enfoque holístico relacional, camino hacia el encuentro, ya no centrado en las diferencias sexuales sino analizando el fenómeno integralmente teniendo en cuenta la raza, el credo, la religión, la preferencia sexual, la clase social, las diferencias generacionales entre otras.
- ✓ La televisión es uno de los medios que mayor influencia ejerce en los destinatarios ya que sus mensajes se transmiten de forma atractiva a través del código visual, sonoro y verbal reforzando mediante sus programas valores que llegan a insertar sentimientos y pensamientos al individuo. Algunas de las funciones que la sociedad le otorga son: distracción, pasatiempo, fuente de información, compañía, motivo de reunión familiar, motivo de reunión social y medio de adopción de esquemas mentales. Tales características la reafirman como instrumento primordial en la difusión de temáticas de género, capaz de contribuir a la equidad entre ellos.
- ✓ La representación de los enfoques de género en el mensaje televisivo de la programación de Telecubanacán cuenta con un campo reducido, constituido a partir de elementos que en su mayoría responden a criterios, valores y representaciones sociales del sistema patriarcal vigente en la sociedad cubana de estos tiempos.
- ✓ El mensaje televisivo de Telecubanacán atendiendo al código visual es reproductor de roles, funciones, status social y estereotipos que responden al modelo tradicional de género. Las mujeres son representadas en imágenes asociadas a la belleza, fragilidad, debilidad, sumisión, siendo identificadas con el triángulo madre – ama de casa – esposa. El sexo femenino es representado simbólicamente con colores cálidos fundamentalmente, interpretando personajes vinculados a las relaciones familiares, las labores del hogar, la estética física o profesiones con un perfil que responde a las artes, la educación, la cultura

culinaria entre otras. Mientras que los hombres son representados a través de imágenes vinculadas a la fortaleza, inteligencia, rudeza, protección, proveedor, es decir bajo la imagen masculina hegemónica. El sexo masculino es simbolizado asociado a colores fríos, con personajes vinculados a los deportes, política, gestiones de corte estatal, puestos directivos, etc.

✓ Los mensajes del telecentro teniendo en cuenta el código sonoro son emisarios de la cultura patriarcal. La música es estigmatizada, determinando a las mujeres en géneros musicales como la fusión y el pop; mientras que los hombres son identificados con los géneros de reguetón, rock y las baladas románticas. Los sonidos a pesar de ser utilizados insustancialmente responde a una simbología que representa los géneros atendiendo a sus diferencias sexuales.

✓ Los mensajes de la programación de Telecubanacán dentro del código que responde a lo verbal se refieren a las mujeres con palabras y frases que marcan un acentuado carácter androcéntrico. Estos encasillan a los sexos en dos mundos contrapuestos, el público y el privado, la fortaleza y la delicadeza, la inteligencia y la belleza.

✓ El conjunto de acciones propuestas están encaminadas a profundizar el tratamiento otorgado al enfoque de género en el mensaje televisivo de la programación del telecentro, proporcionando el fomento de la equidad y el respeto entre los seres humanos.



Luego de cumplir con los objetivos expuestos durante la investigación, se recomienda lo siguiente:

- ✓ Promover nuevas investigaciones de corte sociológico sobre la temática abordada. Los resultados pueden servir de experiencia a otros telecentros y llegar a incluirse en la política de programación de la televisión cubana para evitar la transmisión de mensajes cargados de prejuicios respecto a la cuestión de género.
- ✓ Poner en práctica el conjunto de acciones propuestas por este estudio en pos de lograr una mejor comprensión y profundización en el tema, por los especialistas que tienen a su cargo tareas referidas a la programación en Telecubanacán.
- ✓ Tener en cuenta el adecuado enfoque de género en el proceso de aprobación de los proyectos presentados al Departamento de Programación del telecentro Telecubanacán.



- ✓ Agencia mexicana CIMAC (2008): Internacional - Comunicación y género: *“Medios cubanos abordan violencia de género de forma limitada”*. Julio.
- ✓ Alonso, Hilda y Saladrigas, María Margarita (2006): *“Teoría de la comunicación. Una introducción a sus estudio”*. Editorial Pablo de la Torriente, La Habana, Cuba.
- ✓ Arés, Muzio; Patricia (-----): *“Divulgación científico popular I”*.
- ✓ Astelarra, Judith (2005): *“¿Libres e iguales? Sociedad y política del feminismo”*. Editorial Ciencias Sociales, La Habana; Cuba.
- ✓ Asturias, E Laura (1997): *“Construcción de la masculinidad y relaciones de género”*. Foro: "Mujeres en Lucha por la Igualdad de Derechos y la Justicia Social". Ciudad de Guatemala.
- ✓ Bardin, Laurence (1977): *“Análisis de contenido”*. Ediciones Akal S. A, Madrid; España.
- ✓ Baudrillard, Jean (2004): *“Teorías de Comunicación de Masas”* Barcelona, España.
- ✓ Bourdieu, Pierre (-----): “La dominación masculina”  
<http://www.udg.mx/laventana/libr3/bordieu.html#cola>
- ✓ Bourdieu, Pierre (-----): “Acerca de la Televisión”
- ✓ Bourdieu, Pierre (-----): “La producción y la reproducción de la lengua legitima”
- ✓ Braddock, R (1958): "An extension of the Lasswell Formula", en *Journal of Communication*, vol. 8, p- 88-93, 1958)

- ✓ Cabrero Almenara, Julio; Bermejo Campos, Blas (1998): "*Familia y medios de comunicación. Medios de comunicación y familia*", Universidad de Sevilla.
  
- ✓ Caldeiro, Graciela Paula (2005): "Teorías críticas de los Medios de Comunicación" <http://comunicacion.idoneos.com/index.php/338244>.
  
- ✓ Caldera, Serrano; Jorge: "*Análisis documental de efectos en los archivos sonoros de la Radio*". <http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/num9/mnmoral/mnmoral.pdf>.
  
- ✓ Capítulo 3 (-----). "*Socialización primaria y socialización secundaria*"
  
- ✓ Ciriza, Alejandra (-----): "*Contradicciones culturales del capitalismo tardío. Imágenes de mujeres en el fin de siglo. De continuidades y rupturas*". Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNC.
  
- ✓ Communication Research (-----): <http://html.rincondelvago.com/mass-communication-research.html>
  
- ✓ Connel, Robert W (-----): "*La organización social de la masculinidad*". [www.cholonautas.edu.pe](http://www.cholonautas.edu.pe) / Biblioteca Virtual de Ciencias Sociales.
- ✓ ----- (2005): "*Constitución de la República de Cuba*", La Habana, Cuba.
  
- ✓ Craig Rapha Rijkaard, (2006 – 2007): "*El Enfoque de Género en el Ejercicio de la Paternidad en Antigua y Barbuda*". Tesis de Diploma.
  
- ✓ Díaz, Tenorio, Mareelen (2000): "*La familia cubana ante la crisis de los 90ta*"
  
- ✓ Dpto. de Estudios sobre la Familia Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas; Cuba.

- ✓ Dow, B. J. y Condit, C. M. (2005): *"The State of the Art in Feminist Scholarship in Communication"*, vol. 55, nº 3, p. 448 - 478.
  
- ✓ Durán Molina, Silvia (1997): *"La metodología cualitativa representada por la etnometodología"*.
  
- ✓ Durkheim, Emile (1972): *"Las reglas del método sociológico"*. Editorial Ciencias Sociales; La Habana, Cuba.
  
- ✓ Engels, Federico (1884): *"El origen de la Familia, la propiedad privada y el Estado"* Editorial Progreso, Obras Escogidas; Tomo III; Moscú.
  
- ✓ Escuela de Ciencias de la Comunicación UNRPG, (2005): *"Perspectiva socio – cultural de las teorías comunicativas"*, Perú.  
[http://sociologiadelacomunicacion.blogspot.com/2005/04/perspectiva-socio-cultural-de-las\\_25.html](http://sociologiadelacomunicacion.blogspot.com/2005/04/perspectiva-socio-cultural-de-las_25.html)
  
- ✓ Esteinou, Madrid; Javier (-----): *"La evolución de la conciencia de la comunicación en América Latina y la formación de imaginarios"*. Universidad Autónoma Metropolitana, México.
  
- ✓ Firestone, Shulamith (1976): *"La dialéctica del sexo"*, primera edición, Editorial Kairos.
  
- ✓ García, Canclini; Néstor (-----): *"Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización"*. Editorial Grijalbo.
  
- ✓ Gilli, Gustavo (1985): *"Sociología de la comunicación de masas"*, artículo: *"Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina"*, tomo II, Barcelona; España.

- ✓ González, Castro; Vicente (1997): *"Para entender la televisión"*. Editorial Pablo de la Torriente, La Habana, Cuba.
  
- ✓ González, Isabel (-----): "Comunicación interpersonal y comunicación organizacional: La comunicación, las relaciones humanas y el tiempo organizacional". Programa Connypime, Centro de información.
  
- ✓ Gutiérrez, Alea; Tomas (1982): *"Dialéctica del espectador"*. Ediciones Unión de Escritores y Artistas de Cuba, La Habana; Cuba.
  
- ✓ Hernández, Morales; Aymara (2003): *"Historia y Crítica de las teorías sociológica"* Editorial Félix Varela. La Habana, Cuba.
  
- ✓ Hernández, Sampier; Roberto (----): *"Metodología de la investigación II"*.
  
- ✓ Intervención de Julio González Pagés en el taller Análisis y Perspectiva de la Aplicación del Enfoque y la Equidad de Género en Cuba (2006): *"Las intrincadas rutas de la masculinidad en Cuba"*.
  
- ✓ Jiménez, Fortuny; Iván (-----): *"Clásicos de la comunicación"* ivanfortuny02@hotmail.com
  
- ✓ Josae, Juan; García, Escribano (-----): *"Mujeres, hombres y participación política. Buscando las diferencias"*. Universidad de Murcia.
  
- ✓ ----- (-----): *"Los feminismos a través de la historia"* Capítulo III *"Neofeminismo: los años sesenta y setenta"* por Ana de Miguel.
  
- ✓ Lozano, Rendón; José Carlos (-----): *"La relación del género con las preferencias y rutinas de consumo"*.Guadalajara, México.
  
- ✓ Lukes, Steven (-----): *"Emile Durkheim. Su vida y obra"*. Editores S.A, España.

- ✓ Maldonado, Gómez de la Torre; Alberto Efendy (-----): *“Comunicación: Campo y objeto de estudio”*. Capítulo: “Reflexiones sobre la investigación teórica de la comunicación en América Latina”.
  
- ✓ Martín, Barbero; Jesús (-----): *¿Para donde va nuestra investigación?*
  
- ✓ Martín, Barbero; Jesús (-----): *“De la ciudad mediada a la ciudad virtual Transformaciones radicales en marcha”*. <http://www.innovarium.com/CulturaUrbana/VirtualJMB.htm>
  
- ✓ Más, Sara (2007): *De la pantalla a la realidad”* Taller de género y diversidad. La Habana, Cuba.
  
- ✓ Moro, Sonia (2004): *Revista de Género y Comunicación: Cuba: “Sexismo y lenguaje de los medios”*, Año 3, No. -10.
  
- ✓ Moya, Richard; Isabel (2004): *“Voces Secuestradas: Hacia un periodismo incluyente, no sexista, plural y responsable”*. Página web de la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana. (WACC)
  
- ✓ Ortiz, Torres, Emilio (1997): *“Una comprensión epistemológica de la comunicación”* (Doctor en Psicología, Profesor Universitario. Coordinador del Área de Estudios sobre Ciencias de La Educación Superior. Universidad de Holguín "Oscar Lucero Moya")
  
- ✓ Pineda de Alcázar; Middalia (-----): *“Los procesos de la comunicación a la luz de los medios interactivos. Revisiones conceptuales y de topologías”*. Universidad de Zulia, Venezuela.
  
- ✓ Portal, Moreno; Raysa, Colectivo de autores, (2005): *“Comunicación y Sociedad Cubana”*. Editorial Félix Varela, La Habana, Cuba.

- ✓ Proveyer, Cervantes; Clotilde (2005): *“Selección de Lecturas de sociología y política social de género”*. Editorial Félix Varela, La Habana, Cuba.
  
- ✓ Revista Referencias (1972): *“Medios de comunicación”*. V – 3, Nro – 1; Universidad de la Habana, Cuba.
  
- ✓ Revista Comunicación y sociedad (2005): *“Construyendo puentes: la identidad de género de los jefes de familia y la recepción televisiva”*. V- 0, Nro 4.
  
- ✓ Revista Especial: Fempress (1995): *“La Mujer Negra”*.
  
- ✓ Revista Temas (2000): *“Medios de difusión y patrones culturales en Cuba”*, Nro 20 -21, enero/junio, pp.- 56.
  
- ✓ Ritzer; George (2007): *“Teoría sociológica clásica”* Editorial Félix Varela, La Habana, Cuba.
  
- ✓ Ritzer; George (2006): *“Teoría sociológica contemporánea”* Editorial Félix Varela, La Habana, Cuba (Primera y Segunda parte).
  
- ✓ Rivero, Pino, Ramón (-----): *“Problemáticas de familias y género en la sociedad cubana Experiencia investigativa del Centro de Estudios Comunitarios de Villa Clara, Cuba.”* Universidad Central Marta Abreu de Las Villas.
  
- ✓ Rivero, Pino, Ramón (-----): *“Representaciones sociales del rol de padre en grupos reflexivos de Santa Clara. Cuba. Implicaciones psico-sociopolíticas”* Universidad Central Marta Abreu de Las Villas.

- ✓ Rodríguez, Raquel y García, Antonio (-----): La mujer política en los medios de comunicación: Representación y percepción. Estudio de percepción de los universitarios. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Univ. Rey Juan Carlos, España.
  
- ✓ Ruiz, Narváez, Irene Esther (2006): Sección de Identidades, Diversidad en Comunicación Social (SERES): *“Para verte mejor. Un estudio a cerca de la presencia de la mujer negra en la televisión cubana”*.
  
- ✓ Sánchez, Ruiz; Enrique E (2003): *“La investigación latinoamericana de la Comunicación y su entorno social: Notas para una agenda”*. Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, (Página web del Observatorio Cultural Innovarium).
  
- ✓ Serrano, Lorenzo, Yanesy (-----): *“El encargo familiar de la Federación de Mujeres Cubana dentro de la lógica funcional del Sistema Político Cubano”*. UCLV.
  
- ✓ Simmel, Jorge (1939): *“Sociología”*. Editora Espasa – Culpe SA; Buenos Aires, Argentina.
  
- ✓ Stuart, Mill; John (1984): *“La esclavitud femenina”*
  
- ✓ Suárez, Juan Carlos (-----): *“Medios de comunicación y diferencias de género”*.
  
- ✓ Telmo, Daniel (-----) *“Análisis de contenido: Su presencia y su uso en las Ciencias Sociales”*.
  
- ✓ Ulloa, Guerra; Omar (-----): Trabajo De Epistemología *“Salud y género. Referentes necesarios para el autodesarrollo comunitario”*.
  
- ✓ *“Un modelo para el proceso de comunicación (-----)*  
[http://comunicacion.idoneos.com/index.php/Teor%C3%ADa\\_de\\_la\\_comunicaci%C3%B3n/Un\\_modelo\\_para\\_el\\_proceso\\_de\\_la\\_comunicaci%C3%B3n](http://comunicacion.idoneos.com/index.php/Teor%C3%ADa_de_la_comunicaci%C3%B3n/Un_modelo_para_el_proceso_de_la_comunicaci%C3%B3n)

✓ Wolf Mauro (2005): *“La investigación de la comunicación de masas”* Editorial Félix Varela, La Habana, Cuba.

✓ (-----) <http://comunicacion.idoneos.com/index.php/337570>

✓ ----- (-----): *“En torno a la Televisión”*. Editorial Pablo de la Torriente., La Habana, Cuba.

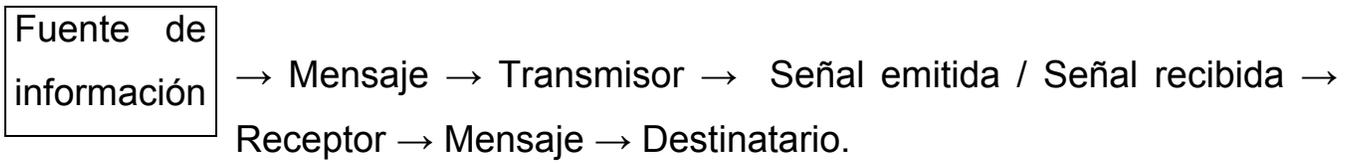
✓ ----- (-----): Después de todo ¿Qué cosa son los medios de comunicación masiva? Universidad Nacional de la Patagonia.



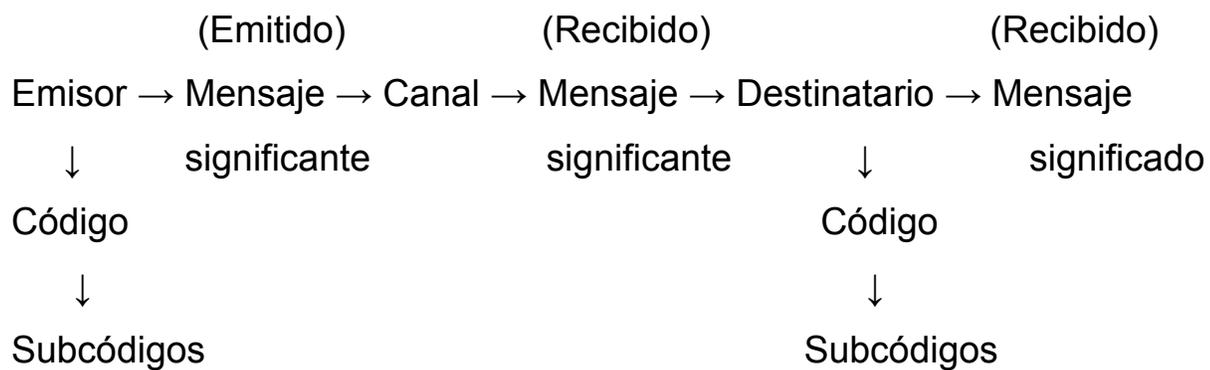
Anexo 1. Esquema del Paradigma de Lasswell. (Citado por Braddock; 1958: 88)



Anexo 2. Esquema de la Teoría de la Información. (Citado por Wolf, Mauro; 2005:65)

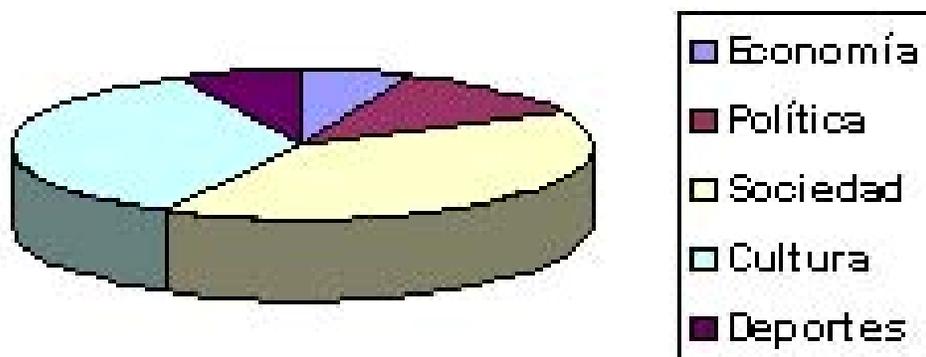


Anexo 3. Esquema del Modelo Semiótico - Informal. (Citado por Wolf, Mauro; 2005: 71)



Anexo 4. Representación de la mujer en los medios de comunicación masiva.

(Citado por Suárez, Juan Carlos)



## Anexo 5. Guía de Entrevista Semi estructurada (a)

(Esta entrevista se aplicó a los directores de cada uno de los programas sometidos a análisis)

- ¿Cuándo se presentó el proyecto del programa? ¿Quién fue el autor del proyecto?
  
- ¿Cuánto tiempo lleva el programa en el aire? ¿Cómo se concibió el programa en sus inicios? ¿Ha existido algún cambio desde el inicio del programa?
  
- ¿Los temas abordados en el programa en cada una de sus emisiones tienen algún fundamento en previas investigaciones sociales?
  
- ¿Qué entiende usted por género? ¿Según esa percepción del concepto de género qué vendría siendo para usted el enfoque de género?
  
- ¿Cuáles son las principales actividades asociadas en su programa a las mujeres y cuáles a los hombres? ¿Por qué?
  
- ¿Desarrolla el programa ----- las temáticas en trono al género de manera conciente o inconsciente?
  
- ¿En cuanto a la estenografía del programa cuál es la intención de la misma?
  
- ¿Quién o quiénes deciden el sonido y la música apropiada para cada estructura del programa?
  
- ¿Considera usted que el tratamiento del enfoque de género en su programa es insuficiente? ¿Por qué?
  
- Si le pidiera que evaluara el programa que usted dirige desde una perspectiva de género cuales serían las acciones que incluiría o reforzaría para un mejor tratamiento del tema.

## Anexo 6. Guía de Entrevista Semi – Estructurada (b)

(Esta entrevista se aplicó a directivos del departamento de programación)

- ¿Cómo funciona el proceso de programación en su departamento?
  
- ¿Cuáles son los requisitos o elementos que tiene en cuenta el consejo de programación para la aprobación de los programas?
  
- ¿Cuáles son las políticas trazadas a favor de la programación de la televisión? ¿Como son ajustadas esas políticas a las particularidades villaclareñas?
  
- ¿Cómo se seleccionan los temas para los programas? ¿Cuáles son los temas de necesario tratamiento en la programación televisiva de nuestro país?
  
- ¿Es el género un tema de abordaje obligatorio en al programación según las políticas televisivas?
  
- ¿Se tiene en cuenta el tratamiento de las problemáticas de género como requisito para la aceptación de los proyectos de los programas presentados? No – ¿A su juicio debiera incluirse?

## Anexo 7. Guía de Entrevista Semi – Estructurada (c).

(Esta entrevista se aplicó a los guionistas, de cada uno de los programas sometidos a análisis)

- ¿Cuáles son los elementos que se deben tener en cuenta para la confección de un guión?
- ¿Existe alguna legislación en torno a la estructura dramática o simplemente cada guionista implementa su método? ¿Cuál es la estructura dramática que usted como guionista utiliza?
- ¿Inserta en los guiones las problemáticas de género con sistematicidad? ¿Por qué?
- ¿Como planifica el guionista todo lo que ocurre en el programa, su secciones, las entrevistas, el invitado, la música, el sonido, etc.?
- ¿En caso de que el programa requiera de dramatizados cuáles son las tramas fundamentales que se representan entre hombres y mujeres?
- ¿Cómo se aborda el tema de la mujer y su rol en la sociedad a través de los guiones en el programa para el cual usted escribe?
- ¿Son tratados los temas de la discriminación racial, sexual, religiosa, entre los hombres y las mujeres con frecuencia en los guiones?

## Anexo 8. Guía de Análisis de Contenido.

(Esta guía se aplicó a los tres programas sujetos a análisis)

El análisis de contenido se estructuró en tres etapas:

En la **primera etapa**: El preanálisis.

a) Elección de documentos atendiendo a los códigos del mensaje televisivo:

- Visual / Sonoro: Visonaje y audición de las salidas al aire durante el mes de mayo de 2009 de los programas Pensando en Usted, Somos de Hoy y la revista Buenas Nuevas.

- Verbal: Todos los guiones de los programas Pensando en Usted, Somos de Hoy y la Revista Buenas Nuevas desde enero de 2009 hasta mayo del mismo año.

b) Formulación de hipótesis y objetivos: Están encaminados a analizar el enfoque de género que prevalece en el mensaje televisivo de la programación del telecentro Telecubanacán.

c) Elaboración de indicadores para el mensaje televisivo:

Visual: Kinesia – Cromatismo - Estructura Dramática.

Sonoro: Sonidos - Música.

Verbal: Palabras - Frases.

En la **segunda etapa**: El aprovechamiento del material: se aplican todas las técnicas y se recoge toda la información posible atendiendo a:

**Kinesia**: Imágenes – símbolos – signos:

- Imágenes realistas

- Imágenes simbólicas

- Imágenes o símbolos que contengan elementos físicos atribuidos a los géneros

a) Orientación sexual: Heterosexual - Homosexual - Bisexual

b) Raza: Blanco(a) – Negro(a) – Mestizo(a)

- Imágenes o símbolos que representen roles a los que vinculan a cada género.

a) Madre/Padre

b) Trabajadora/Trabajador

c) Proveedora económica/Proveedor económico

d) Profesional

e) Otros

- Status intelectual, económico y/o cultural de los géneros.

- a) Públicos
- b) Privados
- c) Familiares
- d) Deportivos
- e) Políticos

**Cromatismo:** Utilización de los colores: Cálidos: rojo, naranja, amarillo.

Fríos: verde, violeta, azul. Contraste: combinación atractiva de los mensajes: negro sobre amarillo, rojo sobre blanco, negro sobre blanco (viceversa), rojo sobre verde (viceversa), azul fuerte sobre blanco.

- Cuales son los más utilizados
- Cuando y como son utilizados
- Cuales son los colores más utilizados en las representaciones masculinas.
- Cuales son los colores más utilizados en las representaciones femeninas.
- Utilización de los contrastes según el sexo.

**Estructura Dramática:** Organización del producto.

- Personajes que participan
- Conflicto
- Distribución del tema y las secciones.
- Acción

**Sonidos:** Funciones atribuidas a los sonidos

- Complemento para la información
- Fondo o ambientación
- Representación de información
- Obstrucción de la información

**Música:**

- Asociada a cada sexo.
- Género y Autor más utilizado

- Género utilizado para las representaciones femeninas.
- Género utilizado para las representaciones masculinas.

**Palabras:** Frecuencia y utilización de palabras que designen algunos de los enfoques de género.

**Frases:** Frecuencia y utilización de frases que se relacionan con algunos de los enfoques de género.

En **la tercera etapa:** El tratamiento de los resultados, la inferencia y la interpretación.

En esta etapa se descodifican los resultados de manera que hablen, es decir se interpretan. Se utiliza la codificación que es el proceso por el que los datos brutos se transforman sistemáticamente y agregados en unidades que permiten una descripción precisa del contenido. Se localizan los núcleos del sentido temático analizando la presencia o ausencia y la frecuencia de significados. Se analizan los datos a través de la interpretación permitiendo verificar cual es el enfoque de género que prevale en el mensaje televisivo del telecentro Telecubanacán.

## Anexo 10. Ficha Técnica del programa Pensando en Usted.

Telecentro:	Telecubanacán
Espacio:	Pensando en Usted.
Género:	Revista de Orientación Social.
Objetivo:	Hacer pasar un rato de entretenimiento con un tema que a la vez contribuya a resolver los problemas del hogar y del comportamiento del individuo en la sociedad.
Contenido:	Temas variados como la salud, jurídicos, cuidados de los animales afectivos, cocina, etc., Incluye secciones de cocina, ejercicios físicos y psicología. El set es un lugar íntimo que denota familiaridad, se utilizará el teléfono como vía para la participación de los telespectadores.
Frecuencia:	Semanal. (Lunes)
Horario:	5.30 - 5.57 PM.
Duración:	27 minutos.
Técnico:	Estudio
Origen:	Telecubanacán
Forma:	Grabado. Conductora o invitados
Destinatario:	Población en general.

## Anexo 11. Ficha Técnica del programa Somos de Hoy.

Telecentro:	Telecubanacán
Espacio:	Somos de Hoy
Género:	Juvenil
Objetivo:	Crear valores éticos y estéticos a través de formas didácticas y entretenidas que atraigan la atención de la juventud
Contenido:	Un tema central que se desarrolla de lo general a lo particular, insistiendo en la universalidad de los mismos. Todo conducido por jóvenes con una imagen moderna pero sólida y apoyada además por espacios de estudiantes y jóvenes trabajadores, no excluye la música.
Frecuencia:	Semanal (miércoles)
Horario:	5.45 - 5.57 PM.
Duración:	12 minutos.
Origen:	Telecubanacán
Técnica:	Exteriores
Forma:	Grabado. Dos o más conductores según la situación dramaturgia, cortes de entrevistas y música
Destinatario:	Adolescentes y jóvenes.

## Anexo 12. Ficha Técnica del programa Buenas Nuevas.

Telecentro	Telecubanacán
Espacio	Buenas Nuevas
Género	Revista Informativo variada.
Objetivo	Informar sobre el acontecer en la provincia y divulgar la realización de eventos y el quehacer de personalidades Villa Clara.
Contenido	<p>Dos locutores, una locutora en set que conducirá el programa y dialogará con los invitados y un locutor en off Para las secciones, que no serán fijas, pues estarán en Función de las necesidades del programa.</p> <p>Secciones eventuales.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Encuestas en la calle, para conocer la opinión de la gente sobre un tema.</li><li>- Reportajes que posibilitarán profundizar en el tema.</li><li>- Curiosidades todos aquellos aspectos de la realidad que por su rareza, peculiaridad, trasciendan lo ordinario para convertirse en extraordinario y despertar el interés del televidente.</li><li>- Cine Reseñas con matices críticos para orientar sobre las propuestas cinematográficas de la semana.</li><li>- Cartelera, Resumen de las ofertas artísticas de la semana, auspiciadas por las principales instituciones culturales de la provincia.</li><li>- Humor. La gracia de los filminutos y su poder de sugestión y reflexión para refrescar la tarde.</li></ul>
Frecuencia	Dos veces a la semana. (Martes y jueves)
Horario	5.30 - 5.57 p.m.
Duración	27 minutos.
Tema	Revista variada informativa.
Destinatario	Población en general

## Anexo 13. Colectivos de trabajadores de los Programas

### ✓ Programa “Pensando en Usted”

**Director:** Carlos Machado Mesa

**Productor:** Juan Emilio Fernández

**Guionista:** Norma Insua Betancourt

**Asesor:** Reinaldo Valdez Torres

**Conductora:** Norma Insua Betancourt

### ✓ Programa “Somos de Hoy”

**Directora:** Yolanda Ramos Rosario

**Productor:** José A. Rivero Amador

**Guionista:** Yolanda Ramos Rosario

**Asesora:** Irene Méndez Méndez

**Conductores:** Alexis Buentes – Maria Luisa Bringas

### ✓ Programa “Buenas Nuevas”

**Director:** Orlando Morales Silverio

**Productor:** José A. Rivero Amador

**Guionista:** Orlando Morales Silverio

**Asesora:** Anisbel Alonso Correa

**Conductora:** Oneibys Torres Figueroa

## Anexo 14. Población Total y Residentes por Sexos de Villa Clara.

Municipio	Población Residente		
	Total	Varones	Hembras
Villa Clara	815897	411050	404847
Corralillo	27513	14095	13418
Quemado de Güines	55930	27856	28074
Sagua la Grande	33589	17095	16494
Encrucijada	33589	17095	16494
Camajuaní	63522	32365	31157
Caibarién	38091	19041	19040
Remedios	46348	23307	23041
Placetas	71577	35931	35646
Santa Clara	237681	117060	120621
Cifuentes	33294	17113	16181
Santo Domingo	53724	27502	26222
Ranchuelo	58892	29717	29175
Manicaragua	73157	38307	34850