

La transversalización de la perspectiva de género en los medios

marcos y enfoques para pensar la profesionalización periodística

Año
2017

Autor
Morales, Paula

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la

CITA SUGERIDA

Morales, P. (2017) La transversalización de la perspectiva de género en los medios
María: Universidad Nacional de Villa María



La Transversalización de la Perspectiva de Género en los Medios: Marcos y enfoques para pensar la profesionalización periodística.

Autora: Morales, Paula (moralesmpaula@gmail.com). CONICET.

Esta ponencia pretende abordar una problemática de creciente centralidad a nivel global, en torno de la cual se han producido intensas transformaciones en la última década: La pregunta por la transversalización de la perspectiva de género en los medios (en adelante TPG).

Este es un interrogante cada vez más presente en los estudios de la cultura mediática, la sociología de las comunicaciones y del trabajo, los estudios del lenguaje y los estudios de género. Su abordaje requiere de una profundización conceptual acorde a un paradigma interdisciplinario y, a la vez, de la articulación de metodologías de análisis situadas.

Desde esta ponencia nos proponemos presentar algunos avances de investigación en el marco de la beca postdoctoral que desarrollamos, respecto del estado del arte de la TPG en los medios. Particularmente abordaremos cómo -en el ámbito radiofónico y partiendo de dichas investigaciones previas-, es posible identificar vinculaciones entre trayectorias laborales, biografías profesionales, ingreso juvenil al medio radiofónico y brecha tecnológica y digital, desde la perspectiva feminista sobre la TPG.

Finalmente plantearemos un conjunto de interrogantes que surgen del cruce metodológico habitual para el estudio de la TPG en los medios, y posibles derivas y recorridos.

Antecedentes

La perspectiva de género desde la cual partimos se sustenta en la teoría feminista y dialoga con las perspectivas posestructuralistas de los estudios en sexualidades (Alcoff L.; Braidotti R.; Butler J.; Haraway D.; De Lauretis T.; Preciado B.). Esta perspectiva y en articulación con la sociosemiótica, habilita una mirada productiva sobre el campo de estudios en medios (particularmente en radio) vinculándolo con otros campos constitutivos de lo

social, es decir, con sus condiciones de producción y reconocimiento (Angenot M.; Bajtín M.; Verón E.; Balsebre A.; Ammann A.; Fernández J.).

Nuestras reflexiones se inscriben en todo un marco epistémico que podríamos encolumnar en el pensamiento Butleriano, o *enfoque posestructuralista desde la performatividad del género*, donde las normas del género se sostienen por su misma reiteración. En esta performatividad reconocemos la implicancia de los medios de comunicación, que intervienen en la articulación de las definiciones de género producidas en prácticas y discursos sociales, y pugnan por delimitar los sentidos sobre lo que se considera femenino y masculino en contextos específicos (Izquierdo 1994; De Lauretis 1989; Mattelart 2007). Nos referimos a las nuevas matrices conceptuales post-estructurales en el estudio de las ciencias humanas y los lenguajes.

En la investigación en curso que da pie a esta ponencia¹²⁵, ese marco general de interpretación está dado por el campo radiofónico: sus lenguajes, sus rutinas y convenciones, sus presupuestos e implícitos, y también por las relaciones interpersonales en el contexto laboral, que son relaciones políticas e institucionales.

Este tema nos ubica en la centralidad de debates teórico-políticos respecto de los límites y el alcance por la disputa del sentido socialmente construido, y sobre cómo la materialidad del sentido produce y reproduce (inercial o disruptivamente) los presupuestos fundantes de la cultura, y particularmente de la cultura del trabajo y su vinculación con el género.

El problema de la *transversalización* de la perspectiva de género en los medios, es un problema que involucra a la dimensión sexo–genérica de las prácticas laborales y profesionales, cuando hablamos de la expresión de género que las personas producen en sus espacios laborales, pero también de la categoría que permite pensar las relaciones de poder interpersonales en base al código sexista, binario, jerárquico y heterosexual de interpretación sobre las expresiones humanas. Allí, las identidades son percibidas desde la preponderancia

¹²⁵ Indagaciones sobre la perspectiva de género en radio. Un abordaje socio semiótico desde el enfoque de transversalización. Beca Postdoctoral CONICET.

del factor corporal, la anatomía y la sexualidad, siendo estos eslabones de sentido determinantes en la interpretación de esa asignación.

Entendemos así al género como una *posición enunciativa* plausible de ser analizada en las prácticas discursivas, en tanto pone en juego presentaciones y representaciones de las relaciones de poder. Al respecto Costa plantea:

“El género es un modo de representar relaciones de poder y hacer evidentes procesos culturales complejos. Como tal, debe ser comprendido como un proceso activo que estructura los múltiples campos de la vida social cruzada por diferentes vectores de opresión” (Costa, C. de Lima, 2002, 199).

Partimos del enfoque de la Teoría Crítica Feminista (en adelante T.C.F.) como marco ético que guía este trabajo y cuestiona el gesto político de desvalorización y menosprecio de aquellos campos disciplinares de las ciencias que aún desconocen el potencial de este enfoque, y su aporte a los cruces del conocimiento.

Trabajar desde la T.C.F. implica algunos recaudos. Tal y como lo señalan Sánchez Leiva y Olaizola, cuando se introduce la categoría género suele caerse en una serie de reduccionismos, como el punto de vista centrado en el poder masculino:

“Reduce la teoría feminista al análisis del género, olvidando con ello que este último no agota la totalidad del pensamiento feminista ni puede sustituirlo, pues el género es sólo una de las categorías de análisis que interesa aplicar a la perspectiva feminista; utiliza la noción de género como sinónimo de mujer, lo que elimina ese carácter relacional que en su momento constituyó una de las principales potencialidades del concepto y que permitía estudiar la realidad de las mujeres en relación con la de los hombres y articular diferentes categorías de análisis (el género junto a la etnicidad, la raza, la clase social y la sexualidad); refuerza la dicotomía sexo/género, que presupone una interpretación biológica (en lugar de cultural) del sexo, a la vez que da por sentada una correspondencia directa entre sexo y género; finalmente, abandona el análisis de la desigualdad y del poder, mostrándose incapaz de explicar las causas estructurales de la subordinación de las mujeres” (Sánchez Leiva y Olaizola, 2007: 11).

El género, para Butler, es una forma de hacer, una actividad incesante performada (Butler: 2004), una práctica de improvisación en un escenario constrictivo (2004: 13). La ligazón entre esta concepción de género y la de performance está en la *actuación* de los roles que la matriz de inteligibilidad dispone y que, paralelamente, va leyendo en términos normativos como normales y esperables, o abyectos. La secuencia comienza con la actuación que instituye al sujeto en un género, y no a la inversa.

Partiendo de esta configuración del género como actuación, en tanto performance, podemos decir que se produce *entre* lo que la cultura de una sociedad establece como esperable para sus hembras y machos socializados, y los movimientos que –en tanto sujetos–, hagan para desplazarse y tomar entidad propia en el marco de relaciones sociales previsibles o abyectas, y entre los límites de las masculinidades y las feminidades legibles.

Consideramos entonces al *género* como una categoría que permite el abordaje de las prácticas discursivas mediatizadas, y estas últimas como relaciones humanas atravesadas por la tecnología, e inscriptas en un sistema mediático. Esto nos distancia de interpretar el género como una perspectiva, para ver su operacionalización (en tanto categoría) desde el enfoque de la TCF.

En este sentido podemos decir que entendemos por *género* al enfoque que reconoce la categoría homónima como una forma primaria de relaciones significantes de poder, situada socio históricamente, (Lamas, 2003: 330), y valora su potencial como categoría explicativa. El ejercicio situado y estratégico de operacionalizar *género* como categoría analítica (de las variables que configuran las relaciones significantes de poder) nos distancia de las interpretaciones descriptivo-atributivas del término.

Nuestra propuesta entiende el *género* como categoría analítica, siempre y cuando nos ayude a visibilizar el sistema de relaciones (Izquierdo, 1994:48) que –en función de una división sexual y jerárquica– se organizan, se dividen simbólicamente y se viven empíricamente. Así nos acercamos al planteo que formula Delfino (1999):

“Preguntarse por la diferencia de género en tanto operación analítica significa relevar sus marcas no en aquello que las diferencias representan o develan de las lógicas

distributivas (la asignación de lugares en un conjunto imaginado como homogéneo) sino a través de las operaciones materiales registradas en la formulación de configuraciones concretas de la relación entre cultura y condiciones históricas y, simultáneamente, en la intensificación de la cultura en tanto dimensión de las luchas políticas” (Delfino, 1999:68).

En los planteos tradicionales sobre la perspectiva de género, hay tres supuestos básicos (Gallego Ayala, 2010) que son la columna vertebral del enfoque. El primero es la construcción histórica de un *Sistema Sexo/ Género*, focalizando en los aspectos de la transformación humana y social que se han internalizado, las creencias depositadas en ciertos grupos (estereotipados), y en el modo en que los estereotipos se convierten en prejuicios cuando se unen a generalizaciones cognitivas de la relación jerárquica de un género sobre otro a partir de las diferencias sexuales; el segundo principio nos habla del *uso y la división de espacios* identificando la reproducción sociocultural en dos ámbitos con funciones sociales definidas tanto en el público como en el privado, cuya distribución depende del reconocimiento, valoración y jerarquización sobre lo público; por último, el tercer principio alude al desarrollo permanente de *dinámicas de opresión* que evidencian como el concepto de lo privado es anterior al de lo público, y no su par complementario sino su condición de posibilidad.

En el mismo sentido Sánchez Leiva reconoce la potencialidad de la perspectiva de género a la hora de visibilizar las reglas, lugares y actores sociales que emanan de esa organización social, y de los sistemas de significación que su práctica construye (2007:62).

El problema de la TPG que no es nuevo y sus problematizaciones devienen (y se inscriben) en la genealogía de los Estudios en Comunicación y Género¹²⁶. Durante los últimos años –en la Argentina y en la región Latinoamericana–, el campo de la comunicación social y el periodismo ha sido territorio de polémicos combates semióticos y políticos, profundamente ideológicos. Un contexto de mayor visibilidad para colectivos socioculturales otrora invisibilizados mediáticamente, como el que se conformó con la sanción de las leyes

¹²⁶ Al respecto véase Sánchez Leiva, M. (2007) *Crítica feminista y comunicación*.

de Identidad de Género, la L.S.C.A. y la Ley de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres, resituaron a los medios en un rol protagónico a la hora de construir sentidos y legitimidades. Otro giro epocal se advierte, actualmente, con la derogación de normativas y programas de aplicación de políticas públicas que oficiaban de entramado jurídico y socio-comunitario para el desarrollo de los derechos por ellas consagrados y la puesta en jaque de su efectiva integralidad.

Los medios de comunicación y el mercado del trabajo desde una mirada sociosemiótica

Recuperamos de la tradición sociosemiótica el estudio de los discursos mediáticos para abordar el funcionamiento de los discursos sociales en su densidad material e histórica, atendiendo a las relaciones constitutivas con el sistema de reglas que los tornan inteligibles (Boria y Boccardi, 2013).

La perspectiva sociosemiótica en el análisis de los fenómenos sociales no conduce a la mera descripción de los materiales, sino que nos orienta en el análisis sobre las operaciones de su producción (Verón). Partimos del vínculo indisoluble entre las relaciones de poder – como relaciones de fuerza y por tanto como conjuntos de estrategias (Foucault) – y la producción de sentido socialmente construido (Verón; Angenot; Williams).

Abogamos al criterio sociológico para la caracterización de los medios de comunicación (Verón, 1997:13) que ubica la producción mediática en un mercado de bienes culturales a través de una mirada compleja, donde el medio –si bien es un dispositivo tecnológico de producción-reproducción de mensajes–, siempre está asociado a determinadas condiciones de producción y modalidades (o prácticas) de recepción en el contexto de los usos sociales (1997:13).

Las decisiones institucionales de los medios de comunicación tienen un efecto político y simbólico (entendiendo que todo discurso es una estrategia política), y configuran una matriz de inteligibilidad y reconocimiento con sesgos de género y sexualidades.

Desde 2009 y a través de una serie de trabajos de investigación, extensión y docencia venimos abordando el medio radiofónico desde su dimensión institucional y enunciativa (Matta y Scarafía; Ammann).

Entendemos así el medio radiofónico como un sistema semiótico que pone en juego los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, en relación con los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y la percepción del oyente. La radio es un medio particularmente interesante para abordar la construcción del sujeto desde una interacción dialógica (Bajtín) como “mediatización del contacto” (Verón: 2001) ya que se instituye como medio protagónico con presencia cotidiana y coloquial en la vida de grandes colectivos sociales.

A partir de este enfoque complementario nos hemos propuesto investigar las modalidades de enunciación del lenguaje radiofónico —como sistema semiótico (Balsebre, 1994:27) —, donde se ponen en juego diversas estrategias, tópicas y retóricas.

Abordamos la oralidad radiofónica para analizar el funcionamiento doxástico y los sentidos construidos desde la dimensión expresiva del lenguaje y su carácter connotativo. Nos preguntamos por *lo que no se dice*, y analizamos *de qué manera se dice lo que se dice* en las emisiones radiofónicas, desde qué géneros discursivo-periodísticos, y qué uso de los recursos técnicos se ponen en juego.

Cabe aclarar aquí que el contenido mediático es pertinente para el análisis porque se asocia a una estrategia enunciativa y es evidente que no hay producción de sentido sin puesta en escena. Esa es una puesta en escena, una puesta en sentido de los registros significantes (imagen, voz, cuerpo) (2001: 77) que construyen lo real social.

Sin embargo, en la red de discursos de un momento determinado podemos notar cómo *lo real* es siempre fragmentado y se convierte en lugar de *producción de diferencias*. Este mecanismo de construcción de lo real es lo que marca agenda, sedimenta estereotipos, y naturaliza la jerarquía en función de los sexos. Los medios operan allí como mediadores obligados de la gestión política de las representaciones sociales (Verón: 2004). Desde este

enfoque entendemos por lo radiofónico a cierto lenguaje que pone en juego dimensiones referenciales, enunciativas e institucionales).

Hablar de *género y trabajo*, y focalizándonos en el problema de la TPG, implica además presentar algunos puntos nodales del campo de estudio que ambos términos suponen (desde nuestra mirada investigativa), y despejar dudas aclarando ciertos conceptos.

Como primer punto, reconocer que la tradición feminista ha dado amplios debates en torno al alcance y caracterización sobre lo que la perspectiva de género implica, tanto en términos descriptivos como analíticos y hasta predictivos.

Como lo mencionáramos, en general, se entiende –tal y como lo plantea Caruncho Michinel (2010) –, que la perspectiva de género se conforma a través de tres ejes de visibilización. En el mismo sentido Sánchez Leiva reconoce la potencialidad de esta perspectiva a la hora de visibilizar las reglas, lugares y actores sociales que emanan de esa organización social, y de los sistemas de significación que su práctica construyen (2007:62).

Recuperando esta tradición en el campo de los estudios de la TPG en los medios, entendemos que todos los medios tienen una perspectiva de género, aunque la oculten, desprecien, o incluso, trabajen editorialmente en su denostación.

En el nivel aparecen los mecanismos vinculados a la *cultura profesional* periodística donde se localizan los valores, creencias, procedimientos y rutinas profesionales (Ayala, 2010). Retomamos estos aportes – aún reconociendo que parten del género como perspectiva y no como categoría–, porque son el puntapié para poder plantearnos un abordaje sobre las Relaciones de Género que se producen en los contextos laborales mediáticos.

Ayala parte de la *neutralidad* de la información como principio aún valorado en la cultura periodística, y entiende que este es el contexto donde se interpretan ciertas actuaciones y criterios profesionales como *sutilezas terminológicas* que exceden el principio de universalidad de la labor periodística. En esta lógica se desconoce que la pertenencia a un sexo determina la socialización de género, y este desconocimiento condiciona la función de mediación (periodística) entre los hechos generales y el público. Desconocer el carácter sexo-

genérico de la comunicación es, en el mismo acto, un ejercicio de violencia de género *en la mirada*, es situarse en un paradigma que naturaliza la discriminación por género.

Las instituciones mediáticas son empresas periodísticas y los recorridos profesionales que se suceden en ellas, denotan la vinculación entre la condición sexo-genérica de lxs profesionales y las barreras de cristal en el acceso, la permanencia y el ascenso que se les presente.

A nivel enunciativo, como lo indicáramos en “Cap. 3: Violencia Mediática”¹²⁷ de la tesis doctoral, esta cultura profesional se inscribe en una serie de 4 niveles que configuran el tratamiento informativo diferenciado entre hombres y mujeres (Ayala, 2010). Estos niveles nos ayudan a identificar, describir y configurar una serie de dimensiones y mecanismos sobre las dinámicas profesionales:

1. Mecanismos debidos a la organización empresarial.
2. Mecanismos debidos a la cultura profesional periodística.
3. Mecanismos debidos al contexto sociocultural.
4. Mecanismos debidos a la idiosincrasia particular de cada periodista.

En ellos distinguimos –además y particularizando en el medio radiofónico–, tres categorías de análisis como centrales: El tiempo de la palabra en radio, las categorías profesionales y el sistema de ubicaciones.

Una segunda aclaración que debemos hacer consiste en afirmar que la división sexual del trabajo es un hecho y amplia bibliografía respalda esta afirmación. En radio, la división sexual del trabajo se vincula directamente con la división sexualizada de los espacios enunciativos e institucionales por parte de las empresas periodísticas y de los contratos de escucha producidos con las audiencias.

En el primer nivel planteado por Ayala, el de los mecanismos vinculados a la organización empresarial, se parte de la condición de un colectivo de periodistas que trabaja

¹²⁷ Tesis Doctoral “Violencia Mediática: Un abordaje socio semiótico sobre el tratamiento de las relaciones de género en el discurso radiofónico”. Autora: Dra. Paula Morales. Directora: Dra. Ammann, Ana Beatriz. Co-Directora: Dra. Boria, Adriana. Marzo 2017.

en el marco de una estructura jerárquica. La radio como sistema de comunicación puede definirse a través de la interrelación de las dimensiones política, técnica y discursiva (Vellequía, 1995), ubicándose como campo mediático en un mercado simbólico entre intereses intelectuales y comerciales (Bourdieu, 1990). En ese marco es fundamental conseguir prestigio o respeto de los superiores y pares, y prestigio personal en tanto profesionales competentes (Ayala, 2010). Para eso los y las periodistas deben construirse una imagen, defenderla en todas las instancias y específicamente en el consejo de redacción, negociar temas *que interesen* y a la vez, defender sus secciones.

Ayala explica que los temas de género –si están bien presentados y defendidos–, tienen asegurada su publicación, considerando siempre el criterio de *hechos significativos* o no a la hora de quedar dentro de agenda, o en la periferia informativa (Ayala 2010, p. 29).

Evitar el tratamiento de temas de relevancia para el pleno ejercicio de los derechos humanos y su impacto en la vida de las mujeres, omitir enfoques críticos sobre su incumplimiento, o presentarlos desde un tratamiento sensacionalista para darles carácter de relevancia informativa, constituyen uno de los condicionamientos empresariales más habituales en el campo.

Estamos hablando de una lógica de producción donde el género aparece como *aggiornamento* de las agendas con el objetivo de ampliar audiencias, mediante el agregado de soft news o temas rosa, temas de mujeres.

Esta lógica descrita a su vez también se relaciona con aquella que incorpora al género como “principio editorial” basado en la ilusión representativa propia del liberalismo ilustrado, donde garantizar el cupo sexista de un hombre y una mujer (mediante las conocidas parejas mediáticas) supondría una equidad mediática. Es en este mismo acto de ilusión óptica, las empresas mediáticas se inscriben como precursoras en la incorporación de la perspectiva de género en sus principios editoriales y cumplen con el mandato de lo *políticamente correcto* dando así respuesta a los contundentes registros mundiales de la inequidad en el acceso, permanencia y reconocimiento de periodistas mujeres en los medios, y creyendo que con esto

resuelven una de las dimensiones más importantes del asunto si hablamos de una real incorporación de la perspectiva de género en el sistema mediático.

El Monitoreo Global de Medios (GMMP, 2010-2015) es un estudio comparativo de alcance global realizado en 114 países desde 1995, con una periodicidad de 5 años. En 2015 reveló que sigue existiendo una enorme disparidad entre la representación de las mujeres y los hombres en los medios de comunicación y que en todo el mundo las mujeres constituyen aproximadamente el 50 por ciento de la población general, pero sólo el 24 por ciento de las personas que se ven en las noticias, sobre las que se lee en los periódicos, o se escucha en la radio y la televisión son mujeres, exactamente el mismo nivel encontrado en el informe de 2010.

Si bien estos datos son actuales, son el último registro estadístico comparativo global en la materia y es interesante aclarar que en nuestro país la mayoría de los datos no se modificaron con relación con 2010 (más cercano a la fecha de nuestro corpus). Los resultados de Argentina están en correlación con los de América Latina, una de las regiones donde más se ha avanzado, ya que según el informe: “Hay marcadas diferencias regionales en la presencia general de las mujeres en las noticias. América del Norte mantiene su posición como la región con las menores diferencias entre sexos en los medios (36 por ciento), mientras Oriente Medio tiene la brecha de género más amplia (18 por ciento). América Latina es la que ha disminuido de manera más drástica la brecha de género en los últimos veinte años, pasando del 16 por ciento en 1995 al 29 por ciento en 2015” (Santoro, 2015).

Ayala explica al respecto (2011) que en las inercias informativas, las rutinas periodísticas, la elección de los profesionales y los mecanismos de selección de la información continúan primando los acontecimientos protagonizados por hombres y es muy evidente que los medios de comunicación priorizan las actividades masculinas. La autora remarca que “Las mujeres solo aparecen cuando pueden lucir como adorno y ornamento, dando brillo y esplendor a las páginas de cultura, y ligereza y morbo a las de la crónica social” (2011: 230).

Finalmente, precisamos entender que los techos de cristal por razón de género existen en el periodismo, y se expresan no sólo en la dimensión enunciativo-referencial de los contenidos producidos y los enfoques y tratamientos empleados, sino a nivel institucional en brechas salariales, tecnológico-digitales, en sistemas de recompensas (premios, valoraciones y legitimaciones), y castigos o disciplinamientos (sarcasmos, rotación de puestos, o invisibilización mediática), entre otros.

Lo anterior configura *modos de organización del trabajo* y *modos productivos* que emergen desde el periodismo, y son diseñados como estrategias institucionales para su apropiación en vinculación con el imaginario de los valores de la profesión.

Cada empresa periodística y cada medio de comunicación enlaza dialógicamente expectativas y horizontes socialmente compartidos, y propone líneas editoriales propias donde entran a jugar las tres dimensiones recuperadas: la perspectiva de género que se construya como legítima, la división sexual del trabajo y las brechas en función de la condición sexo genérica de lxs profesionales. Las tres configuran los umbrales y fronteras ético-políticas del ejercicio del periodismo actualmente.

La TPG en Radio

El campo de la comunicación radiofónica con perspectiva de género es un campo incipiente, y nos son muchos los estudios al respecto. A nivel iberoamericano la Dra. López Díez realizó analizó en 1996 magazines radiofónicos desde la perspectiva de género. Además fue quien posteriormente diseñó e implementó la TPG en los servicios de Radio y Televisión Española, editando al respecto dos informes de referencia (2001; 2005)¹²⁸.

Generalmente, los estudios que articulan radio y sociosemiótica analizan discursivamente la materialidad sonora y describen contenidos y tratamientos, como es el caso de Diana Munguía Chirino que investiga sobre el discurso amoroso en radio a través del análisis de

¹²⁸ Otros antecedentes en el tema son: el Informe andaluz sobre la distribución por sexo de los tiempos de palabra en los informativos de las televisiones públicas andaluzas, editado en 2010 por el Área de contenidos del Consejo Audiovisual de Andalucía.

canciones (2012), o María Martínez Lirola, quien aborda la construcción discursiva de mujeres y menores inmigrantes en noticias radiofónicas (2011); otros estudios proponen un abordaje del medio radiofónico desde una perspectiva sociosemiótica (Balsebre 1994; Fernández 2008), pero ninguno de los precedentes realiza la articulación entre género, sociosemiótica y radio.

Desde este enfoque interdisciplinar nos proponemos desarrollar teóricamente el problema de la TPGS, tomando como antecedente teórico y metodológico la tesis doctoral anteriormente referenciada, para abordar sus dimensiones conceptuales y metodológicas, así como su aplicabilidad. Entendemos que ello implica abordar la política editorial de los medios (en términos de contenidos), de los lenguajes (uso y tratamiento sexista de los lenguajes mediáticos), y de las rutinas laborales periodísticas.

El problema de la TPGS se inscribe en un contexto paradójico: la necesidad de innovar en enfoques tecnológico-productivos que atiendan a la diversidad y la inclusión, desde un sistema de convergencia mediática ya imbricado en un contexto mundial de profundas y persistentes desigualdades sociales.

Según el Índice de Desarrollo Humano (IDH) más reciente, que se incluye en el Informe sobre Desarrollo Humano de 2014, los niveles de desigualdad en ingresos siguen aumentando, y la inequidad en educación, continúa siendo la más alta. La región de ALC mantiene la cota más elevada del mundo en cuanto a desigualdad de los ingresos.

El nuevo Índice de Desarrollo de Género (IDG), que por primera vez calcula el nivel de desarrollo humano distinguiendo entre hombres y mujeres en 148 países, revela que globalmente el IDG para las mujeres es un 8 por ciento más bajo que el de los hombres y muestra que la disparidad del ingreso nacional bruto *per capita* es muy elevada: a nivel global, el de los hombres es más del doble que el de las mujeres¹²⁹.

Estos datos se complementan con los arrojados por el último Monitoreo Mundial Global de Medios (GMMP, 2010-2015) donde se evidencia la *sobre e infra* representación femenina.

¹²⁹ Sin embargo nuestro país se encontraba, en 2014, dentro de los tres países de la región - Chile, Cuba y Argentina - del grupo de Desarrollo Humano muy alto. Este estudio se propone entonces retomar en el análisis las variaciones que arroja el IDH 2015 y 2016.

Aún persiste la invisibilidad LGBTTIQ en este tipo de estudios. Para abordar este punto, desde el proyecto de investigación doctoral precedente desarrollamos una serie de indagaciones teóricas sobre las condiciones institucionales –pero a la vez también discursivas–, de la producción de sentido a través del análisis de discursos radiofónicos locales. Preocupados por el carácter homolesbotransfóbico de los discursos mediáticos, así como también por la naturalización del lenguaje sexista y el androheterosexismo mediatizado, nos dispusimos a trabajar sobre las lógicas mediáticas y las rutinas profesionales que –presentes en las huellas del discurso–, se nos ofrecen como emergentes para repensar las configuraciones sociodiscursivas de género presentes en el corpus.

Allí vimos como la distribución de la palabra y el silencio excede el plano de la representación para inscribirse en tensiones profundas de lo social –como el reconocimiento y la naturalización–, intercalando planos de enunciación argumental y tecnologizada.

López Diez señala que el problema de la TPG es un asunto de índole ideológico (ya que implica un cambio de perspectiva) y proviene –en parte–, de la falta de “*acceso al conocimiento de la teoría que sustenta las prácticas y rutinas productivas y las habilidades profesionales androcéntricas*” (López Diez 2005,8).

La dificultad para el acceso a una formación con perspectiva de género y su correlato en las inequidades del ingreso al campo mediático, junto a las discriminaciones por género y sexualidades con un carácter sexista, androcéntrico y homolesbotransfóbico de ambos (académico y mediático) constituyen además un condicionante para el desarrollo de trayectorias profesionales y de TICS con perspectiva de inclusión.

Teresa De Lauretis, cuando trabaja el concepto de punto de vista excéntrico, alude a prácticas feministas que han (re)construido posiciones que los discursos hegemónicos ubican fuera de plano. Esos movimientos son descriptos por la autora como prácticas de oposición y nuevas formas de comunidad desde los márgenes (entre líneas y a contrapelo) “frente a discursos hegemónicos y en los intersticios de las instituciones” (1993: 33).

La TPG puede ser también una herramienta útil para identificar aquellas prácticas que remitan a otros modos excéntricos y no necesariamente abyectos de participación en el orden

de la enunciación, inconsecuentes a las lógicas del exotismo, la mistificación, y la complementariedad.

De cualquier modo, el diseño de la TPG en radio debe situar el know how, los recursos y la sustentabilidad de las políticas en un contexto de comunicación convergente porque es allí donde la TPG ingresa como un modo de desarrollar e implementar TICS desde un enfoque orientado a la generación de dinámicas de inclusión socio-económica, promoviendo estándares democráticos de calidad mediática.

Derivas, recorridos e interrogantes abiertos

Cuando pensamos en la comunicación con perspectiva de género, el plano de la participación, los turnos de habla, los cargos y responsabilidades ocupadas, las trayectorias laborales son elementos indispensables a la hora de situarnos en el campo del ejercicio de las violencias mediáticas de género.

Es corriente encontrarse en este punto con argumentos que proponen la igualdad equiparando el término con el de identidad. Esta posición, heredera de un pensamiento ilustrado tendrá su correlato en una estructura matemática aplicable mediante normativas sobre el cupo, pero restringirá su carácter político, porque como bien indica Santa Cruz (1992) “la igualdad política nunca significa tener una misma cantidad ni los mismos grados de alguna característica propiedad, función o derecho determinados” (1992: 146).

Ante esto la autora nos propone enfocarla como una relación de *semejanza* (1992: 146) en un sentido ya no recíproco sino unidireccional y vertical que supone:

“que dos o más términos se asemejan a otro sin que éste, inversamente, se asemeje a ellos. Se trata de la clase de semejanza que se verifica entre la copia y su modelo, entre la imagen y su original. Los términos de la relación están en niveles diferentes y la semejanza comporta entonces una jerarquía, una relación de derivación y dependencia de los semejantes respecto de lo semejado” (1992: 147)

Desde una perspectiva de semejanza recíproca¹³⁰ la igualdad entonces comporta cuatro dimensiones interdependientes detalladas a continuación:

1. Asume la posibilidad de elección y decisión como independientes, y esto involucra la posibilidad de autodesignación (la *autonomía*);
2. Supone la capacidad de ejercicio de poder, es decir, *autoridad*, retomando a Celia Amorós (1987) cuando habla del "poder poder". Esto supone que somos iguales en términos de autoridad si somos equípotentes
3. Requiere *equifonia*, es decir, la posibilidad de emitir una voz que sea escuchada y considerada como portadora de significado y de verdad, y goce, en consecuencia, de credibilidad.
4. Produce la *equivalencia*, es decir, tener el mismo valor, no ser considerado ni por debajo ni por encima de otro, dimensión que pone en juego la respetabilidad

En esta definición de la relación de igualdad, los caracteres señalados tienen por base necesaria la *reciprocidad* y el *mutuo reconocimiento* e implican la *interlocución*, es decir, la situación en la que se dé una relación dialógica tal que sean todos interlocutores y ninguno interlocutado; y esto incide finalmente en la *responsabilidad* del diseño y el mecanismo de la vida social (1992: 147).

Acordamos con Santa Cruz porque entendemos que la matriz androcéntrica de nuestra cultura opera en las condiciones de acceso al sistema mediático de todos los sujetos en función de las relaciones de género preestablecidas, en su permanencia, en los medios disponibles para el desarrollo de condiciones de enunciación en equidad/inequidad y en el

¹³⁰ Al respecto Santa Cruz aclara que pensar sin embargo la igualdad como una semejanza recíproca también nos supone una serie de ejercicios que van desde reconocer que los términos iguales, para poder serlo, deben ser diferentes entre sí (dado que la semejanza no es entre ellos una identidad absoluta, sino sólo *respecto de algunos determinados caracteres* y puede darse si y sólo si ellos son diferentes en otros múltiples caracteres) y precisar cuáles son los caracteres mínimos que deben poseer idénticamente los iguales (1992, p. 147)

tipo de reconocimiento del campo hacia la presencia significativa de mujeres e identidades disidentes a la norma heterosexual presentes en él.

En este sentido la condición de posibilidad de la igualdad está dada por las múltiples dimensiones de análisis planteadas, entendiendo que operan bajo las normas restrictivas del género, pero también, pueden habitar (tal vez excéntricamente) posiciones enunciativas que disputen condiciones reales de equifonía con directas mejoras en la calidad del ejercicio profesional y en la producción de la palabra, en el “real” hábitat de lo público: los medios de comunicación.

En el esquema actual, espacio de los iguales¹³¹, si mujeres y otras identidades no heteromasculinas hegemónicas ingresan, conocen y aceptan de antemano las reglas de juego genérico-colonizadas. Por fuera del pacto socio-sexual donde esas reglas fueron definidas, en el limbo, es difícil construir posiciones enunciativas de autoridad.

Situamos aquí el desarrollo del concepto “Contornos de la negociación publico/privada en el diálogo mediatizado y entendemos con Santa Cruz los riesgos y costos de estas negociaciones.

Al respecto la autora dirá, en consonancia con Segato y Fernández, que obtener un puesto en el espacio exige hacerse *a-típicas*, alterarse ya que requiere de las mujeres una emergencia como sujeto y, a la vez, una desidentificación con su genérico, colectivo de idénticas heterodesignado. El acceso a la igualdad somete a la mujer a una tensión donde debe adoptar el género posicionalmente. Así, la figura planteada por la autora será la de la Anfibia.

Para concluir, pero no por ello clausurar las indagaciones, diremos que bajo estos presupuestos teóricos el desafío de la TPG ya contempla, al menos, poder reconocer que la perspectiva de género está presente (de una u otra manera) en las empresas mediáticas; que la cultura profesional se ve intensamente afectada por dichos posicionamientos (implícitos o explícitos); y que una discusión sobre su implementación requiere de un debate teórico acerca

¹³¹ En este espacio heterodesignado “*hemos sido puestas al margen, en la regio dissimilitudinis*” (1992: 148) y allí las mujeres somos *a-tópicas* ya que no estaríamos en ningún puesto del espacio (en los términos sugeridos anteriormente).

de la TCF, el género y las sexualidades como antesala para la discusión fundamental sobre la equidad y la igualdad sexo-genérica como horizonte de expectativas para cierta parte de los profesionales del campo.

Referencias Bibliográficas

- Alcoff, L. (2001). “Feminismo cultural versus post-estructuralismo: la crisis de la identidad en la teoría feminista”. In. Navarro, m. & Stimpson, C. (comps.): *Nuevas Direcciones*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica
- Ammann, A. (2011). *El cuerpo de la voz en el medio radiofónico*. Congreso Valdivia. Inédito, Chile.
- Ayala, Juana G. (2011) Representación de género en el ámbito cultural: del adorno al glamour. En *Rompiendo Moldes. Áreas de especialización y género en el periodismo*. Álvarez Pousa y Puñal Rama. Ed Atlántica. Universitat Autònoma de Barcelona (pp. 222-231).
- _____ (2010) *Producción informativa e mecanismos de reproducción de estereotipos de género nos medios de comunicación*. En Claves para una información non sexista. Álvarez Pousa, Luis y Puñal Rama Belén (2010) Ed. Atlántica. España.
- Balsebre, A. (1994). El lenguaje radiofónico. Madrid, Cátedra.
- Boria A. y Boccardi F (2013) “Prólogo” en *Prácticas Teóricas I: lenguajes, sexualidades y sujetos*. pp.11-17. Ed. Ferreyra.
- Butler, J. (2001). *El género en disputa*. Ed. Paidós UNAM, Mx.
- ----- (2008). *Cuerpos que importan*. Sobre. Ed. Paidós, Bs. As., Arg.
- ----- (2010). *Marcos de guerra. Las vidas lloradas*. Ed. Paidós, Bs. As., Arg.
- Caruncho C. (2010). “Ética y feminismo. Una aproximación al lenguaje de la teoría feminista”. En *Claves para una información non sexista*. pp. 12-23. Álvarez Pousa, L. y Puñal Rama B. (Coord.) Ed. Atlántica. S. de Compostela, España.
- De Lauretis, T. (1990). “Eccentric Subjects. Feminist Theory and Historical Consciousness”, *Feminist Studies*, nº 16. Madrid

- Fernández J. (2008). La construcción de lo radiofónico. Ed. La Crujía. Bs As. Arg.
- Izquierdo, M. J. (2001) Sin vuelta de hoja. Sexismo: poder, placer y trabajo. Ed. Bellaterra. Barcelona, España.
- López Diez, P. (1996). *Los magazines de la radio española: modelos, tendencias y representación de género*. Tesis doctoral, Facultad de Ciencias de la Información (UCM). Madrid.
- ----- (2001 -2005). Representación de Género en los Informativos de Radio y Televisión. Instituto Oficial de Radio y Televisión RTVE. Primer y Segundo informes. Madrid, España.
- ----- (2005) .Los desafíos y la experiencia docente en el campo de los estudios universitarios de género y comunicación. In *Democracia, Feminismo y Universidad en el siglo XXI: XV Jornadas de investigación interdisciplinaria, Madrid, 21-23 de abril de 2004*. 25 aniversario del IUEM (pp. 149-166).
- Matta M. y Scaraffa S. (1993). “Las entidades enunciativas” en *Lo que dicen las radios. Una propuesta para analizar el discurso radiofónico*. A.L.E.R. Quito.
- Sánchez Leiva, M. (2007) *Crítica feminista y comunicación*. Ed. Comunicación Social. Sevilla.
- Verón, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Grupo Editorial Norma. Bs. As.
- ----- (2004). *Fragmentos de un tejido*. Gedisa. Barcelona.
- ----- (2013) *La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Ed. Paidós. Bs. As.

Documentos

- CEPAL (2014). Mujeres en la economía digital. Superar el umbral de la desigualdad, en *Informe de la XII Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe*, 2013.
- GMMP (2015). Proyecto de Monitoreo Global de Medios. Toronto: WACC. WACC. www.whomakesthenews.org



Asociación Argentina
De Especialistas en
Estudios del Trabajo



Universidad
Nacional
Villa María

Instituto Académico
Pedagógico de Ciencias
Sociales

- UNESCO (2014) Indicadores de Género para Medios de Comunicación. Paris.