

# GÉNERO Y POSICIONAMIENTO POLÍTICO/ EDITORIAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN HEGEMÓNICOS

---

## GENDER AND POLITICAL / EDITORIAL POSITIONING IN THE HEGEMONIC MEDIA

*Ana Soledad Gil*

### RESUMEN

Este artículo pretende exponer, por un lado, los principales aportes del modelo teórico-metodológico de la Intencionalidad Editorial (IE), para estudiar de forma única y diferenciada los procesos periodísticos (Ego Ducrot, 2009). Por el otro, destacar la utilidad de analizar el posicionamiento político-editorial de los medios de comunicación hegemónicos, cuando se refieren a los Derechos Humanos de las mujeres. A la luz del marco teórico y del modelo metodológico de la IE es posible establecer el sentido común construido, los intereses particulares propios de un sector y/o de una clase, enmascarados y "naturalizados" y los mecanismos puestos en juego en los procesos periodísticos que refieren a temas, problemáticas y Derechos Humanos de las mujeres (Espeche, 2006a, 2006b; Gil, 2008). Se concluye que el estudio combinado de la Intencionalidad

Editorial con la perspectiva de género, puede constituirse en una herramienta política útil para la construcción de una ciudadanía plena y real para las mujeres.

**Palabras clave:** Medios de Comunicación Hegemónicos, Posicionamiento político/editorial, Sentido Común, Derechos Humanos de las Mujeres.

### ABSTRACT

This article elaborates on the one hand, the main contributions of theoretical and methodological model of the Intentionality Editorial (IE) to study in a unique and distinct way the journalistic processes (Ego Ducrot, 2009). On the other hand, emphasize the usefulness of analyzing the political-editorial position of hegemonic media, when referring to human rights of women. In light of the theoretical and methodological model of EI is possible to establish the

**Ana Soledad Gil.** Lic. en Comunicación Social. Becaria de postgrado del INCIHUSA - CONICET Mendoza, Argentina. Coordinadora del equipo de investigación "Observatorio de periodismo y Derechos Humanos. Argentina 2009-2011" y docente de la cátedra optativa "Observatorio de Medios. La perspectiva teórico-metodológica de la Intencionalidad Editorial" en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza Argentina. Correo electrónico: soledadgil01@yahoo.com.ar / sgil@mendoza-conicet.gob.ar

Recibido en junio 2010 y arbitrado en septiembre 2010

common sense built, the particular interests of a sector and / or class, masked and "naturalized" and the mechanisms put into play in the journalistic process referring to issues, problems and the Human Rights of Women (Espeche, 2006a, 2006b; Gil, 2008). We conclude that the combined study of the Editorial Intent with gender can become a political tool for the construction of a real and full citizenship for women.

**Key words:** Hegemonic Media, Political / Editorial Positioning, Common Sense, Women's Human Rights.

## Introducción

Este artículo se enmarca en la preocupación sostenida respecto de la relación entre medios de comunicación, temas y problemáticas de las mujeres. Específicamente, el posicionamiento político-editorial de la prensa hegemónica y sus consecuencias en cuanto a sentido común construido en torno a los Derechos Humanos de las mujeres en la sociedad.

Partimos de la idea de que los roles asignados a varones y a mujeres en la sociedad, han hecho de la desigualdad y de la subordinación, una realidad naturalizada para éstas. Estos roles son construcciones culturales de lo que se ha denominado sociedad patriarcal [1]. En este sentido, la diferencia sexual, es decir, biológica, se tradujo en desigualdades en el acceso a Derechos Humanos fundamentales.

Es, en este marco, donde los medios de comunicación hegemónicos cumplen un papel fundamental, ya que participan en la construcción del sentido común dominante que refuerza la subordinación de las mujeres difundiendo los mitos de la mujer-madre, la pasividad erótica y el amor romántico, relegándolas al espacio privado en tanto doméstico y a los varones al espacio público en tanto espacio decisorio y de poder en la sociedad (Fernández, 1994).

Por un lado, estableceremos las principales nociones del modelo teórico-metodológico de la Intencionalidad Editorial, el cual se constituyó como un marco propio y diferencial para el análisis de los procesos periodísticos como así también para su producción (Ego Ducrot, 2006/2009).

Por el otro lado, reflexionaremos sobre la mirada de género, la decisión de hablar de Derechos Humanos de las mujeres, y finalmente, establecer la utilidad de analizar la prensa hegemónica desde esta combinación.

## **El modelo de la IE**

La perspectiva teórica - metodológica de la Intencionalidad Editorial [2], asume entre sus premisas epistémicas la noción gramsciana de hegemonía, la que, vinculada a la naturaleza de los medios de comunicación como instrumentos de dominación cultural, se liga al concepto de ideología.

La idea de autonomía relativa de la superestructura respecto de la base material es esencial en función de ubicar a la lucha ideológica en el centro del debate, más aún, en tiempos en que los avances tecnológicos que acompañaron una nueva etapa del capitalismo a escala planetaria configuraron un escenario de concentración económica en el control y propiedad de los medios de comunicación. Este proceso encontró su correlato en el campo de las investigaciones académicas a partir del abandono del paradigma científico de la manipulación, y el desplazamiento del eje de los estudios hacia la recepción y hacia un sentido de la noción de ideología acotado, en términos semióticos, al contenido simbólico de los mensajes en detrimento del análisis global y su papel en el proceso hegemónico. Al respecto, cabe como guía la premisa marxista de que no se puede entender un fenómeno social analizando una de sus partes; en este caso; no se puede comprender la esencia del proceso periodístico abordando, sólo el contenido de los mensajes o la recepción de los mismos. En función de esto, surge la necesidad de realizar un análisis teórico de la economía política de los medios de comunicación, aspecto que perdió consistencia en los estudios de las últimas décadas en las Ciencias de la Comunicación.

En síntesis, los enunciados que conforman el sustento filosófico del modelo de la Intencionalidad Editorial como propuesta teórico-metodológica para analizar los procesos periodísticos, son:

...el proceso periodístico es en esencia la conversión de una parcialidad determinada (de clase o grupo) en un valor universal o natural. Que por ello se apoya en una serie de mitos para ocultar su naturaleza. Que ese rasgo manifiesta el carácter ideológico del periodismo y su rol en la construcción de hegemonía. Que su ineludible involucramiento en la disputa por el poder lo ubica en el plano de la propaganda (Espeche, 2006a:19).

Desde esta perspectiva, sostenemos que el periodismo es objetivo porque el hecho periodístico puede ser confirmado y contrastado a partir de las

fuentes y es necesariamente parcial, en el sentido de que siempre existe posicionamiento político-editorial. (Ego Ducrot, 2009).

Los medios masivos de comunicación enmascaran esta parcialidad mostrándola como universal y natural. Para ello se sirven de diversos mecanismos que utilizan en la construcción de las noticias.

Por un lado, el tratamiento/no tratamiento de ciertas temáticas, es decir, la conformación de la agenda del/los medios. Además, en la prensa gráfica, las ubicaciones de las piezas tanto en tapa (página principal), como en el interior de los diarios [3].

Por otro lado, otros recursos que enmascaran parcialidad son las fuentes consultadas como "voces autorizadas", las construcciones discursivas y la utilización de ciertas reglas propias de la propaganda. Desde el modelo de la IE, se sostiene que el periodismo forma parte del concepto genérico de propaganda. Esto supone que aquél comparte con éste una serie de métodos comunes que son punto de relación y de identidad. La particularidad del periodismo como parte de la propaganda se define por la relación dialéctica entre objetividad y parcialidad. (López, 2005: 48).

Dicho esto, es necesario analizar los puntos de relación e identificación entre la propaganda en sentido genérico, y el periodismo como forma especial de propaganda. En este sentido, Domenach menciona cinco reglas de la propaganda que pueden servirnos como referencia: simplificación y enemigo único, exageración y desfiguración, orquestación, transfusión y unanimidad y contagio (Domenach, 1993).

Hablamos de simplificación en el sentido de que toda propaganda, para alcanzar su objetivo debe buscar la síntesis de lo complejo. La titulación en la prensa encierra esta condición al sintetizar el tema central de un artículo en una unidad compuesta por una volanta, un título y una bajada. Pero en realidad la simplificación atraviesa todo el cuerpo del medio.

La regla de la exageración se presenta cuando un hecho es sobredimensionado con el fin de acentuar determinados aspectos. Esto implica entonces una desfiguración del acontecimiento. En periodismo ésta se identifica muchas veces como la "espectacularización de la noticia".

La orquestación se trata de la repetición de un tema bajo diferentes aspectos, hasta lograr imponerlo en la "opinión pública" ya que el fin es que el/la destinatario/a hable sobre él, lo discuta y tome posición frente al mismo.

La transfusión tiene que ver con la regla que establece que toda propaganda opera sobre una base preexistente que la sustenta. Es decir, se trata de reforzar ideas, miedos, prejuicios, un orden establecido, más que estimular un cambio.

Finalmente, la regla llamada unanimidad y contagio hace referencia a la tendencia de la propaganda a expresar la opinión de un grupo como unánime a toda la sociedad civil. Un buen medio para lograr esto es contar con la adhesión de intelectuales prestigiosos/as o personalidades públicas que garanticen de por sí la posibilidad de contagiar opiniones.

Ante lo dicho, se afirma que existe una estrecha relación entre el periodismo y la propaganda, por tanto es necesario concebir al primero como una forma especial de propaganda objetiva para comprender el concepto de intencionalidad editorial y su influencia en el terreno del debate y de la lucha por el poder.

Los mecanismos de propaganda del periodismo, institución superestructural, serán claves para naturalizar ciertos valores y concepciones de clase y para poner en marcha el consenso que determinará el grado de dominio del bloque hegemónico (Gil, 2008:25).

Cabe mencionar que el modelo de la IE también conlleva una metodología que inaugura una manera de trabajo inédita dentro del campo de la comunicación. El modelo metodológico de la IE consiste en un observatorio de medios, un análisis cuantitativo y cualitativo que incluye más allá de un período concreto de observación, el análisis de piezas publicadas en momentos clave según el tema planteado y un estudio sobre la economía política de los medios en cuestión.

En fin, dilucidar la parcialidad convertida en universal y los intereses corporativos, hegemónicos y dominantes que están "ocultos" en un proceso periodístico, es el fin último de la IE y, por ende, su utilidad. Por ello, creemos que, analizar desde esta perspectiva el tratamiento que los medios realizan sobre temas de género y sexualidades, contribuye a desarticular y desnaturalizar los sentidos construidos en detrimento de los Derechos Humanos de las mujeres.

### **La perspectiva de género**

El género es el sexo socialmente construido. Es decir, género es "el conjunto de disposiciones por el que una sociedad transforma la sexualidad

biológica en productos de la actividad humana y en el que se satisfacen esas necesidades humanas transformadas" (De Barbieri, 1993: 9). En otras palabras, se hace extensivo lo biológico en lo social lo que, por ejemplo, establece el mandato de las mujeres quienes deben ser las cuidadoras de los hijos e hijas, responsables de su alimentación y educación, pero también del varón y de las personas mayores dado que son las mujeres justamente quienes biológicamente tienen la posibilidad de engendrar y parir.

Por tanto, la categoría Género nos permite el reconocimiento de una dimensión de la desigualdad social hasta entonces no tratada, subsumida en la dimensión económica, ya en las teorías de las clases, ya en las de la estratificación social.

Fernández Hasan sostiene que las principales líneas de debate en torno al género en los trabajos contemporáneos demuestran que no hay una teoría de género sino varias y enumera algunas de las líneas. Existe por un lado una crítica al binarismo sexo/género que sirvió para diferenciar lo "natural e inmodificable": el sexo de lo cultural; también se cuestiona el supuesto de que existen solamente dos géneros; se critica al sustancialismo hacia el que se habrían deslizado las teorías de género al construir a la mujer como una categoría única y deshistorizada, se rechaza la concepción "victimista" de la mujer, se problematiza la visión teleológica. En este sentido Butler afirma que el género no es un constructo acabado, producto y productor de un determinismo social inexorable; se empieza a utilizar el género como una categoría de análisis de todos los procesos y fenómenos sociales en lugar de reducirlo a una cuestión de identidades y roles. Aquí son especialmente interesantes las contribuciones de la corriente poscolonial que plantea cómo la subjetividad emerge de una compleja interrelación de identificaciones heterogéneas situadas en una red de diferencias desiguales (Fernández Hasan, 2006); se critica la concepción de género basada en los roles sexuales como también de la idea de que exista un sujeto o identidad personal anterior al género.

En coincidencia con Fernández Hasan, el género como categoría descriptiva visibiliza las desigualdades entre hombres y mujeres, como categoría analítica permite interpretar estas desigualdades y como categoría política posibilita entender las formas de distribución de poder entre los géneros y en consecuencia la discriminación y subordinación de las mujeres en la sociedad.

Afirmar que el género es un proceso de creación cultural a partir de las particularidades sexuales o biológicas, significa que ningún atributo asignado a lo femenino y masculino es inmutable; que cada sociedad tiene su propio repertorio de rasgos y definiciones de género; que en las diversas sociedades pueden coexistir distintos sistemas de género asociados a las diversidades culturales que las caracterizan; que las relaciones de género al interior de una sociedad asumen variadas formas de acuerdo con las posiciones diferenciadas de hombres y mujeres en distintos sistemas sociales y culturales: raza, etnia, religión, orientación sexual. De este modo, las personas se diferencian por sus distintas posiciones en las relaciones sociales: pertenencia a una clase, a una etnia, a una edad y a historia personal determinada (Fernández Hasan, 2006: 141).

En consecuencia, el sistema actual y las relaciones sociales se sustentan en factores como la división sexual del trabajo, la separación de espacios privados y públicos, los códigos culturales que dan distinto reconocimiento y valoración a las características, comportamientos y actividades atribuidos a ambos sexos y la orientación de recursos y prioridades especialmente hacia los hombres.

Tal como ha señalado Scott, "el término género forma parte de un esfuerzo de las feministas contemporáneas por reivindicar un territorio definitorio específico, de insistir en la insuficiencia de los cuerpos teóricos existentes para explicar la persistente desigualdad entre mujeres y hombres" (Scott, 1999: 59).

Lo importante de destacar es que el concepto de género pretende hacer hincapié en características sociales asignadas a la diferencia sexual cuando niega el determinismo biológico.

En este sentido, Teresita de Barbieri (1993) sostiene que será el análisis de la información contextualizada el que podrá dar cuenta del estado de los géneros en una sociedad y en un momento histórico determinado. Entonces además de estudiar la variable sexo deben considerarse los ámbitos sociales donde interactúan las personas en función de géneros distintos, los espacios de evidente predominio y exclusividad de cada uno de ellos, pero también aquellas esferas de la sociedad aparentemente neutras. En el caso del presente artículo, la aparente "neutralidad" de los

medios de comunicación insertos en la sociedad permite justamente invisibilizar estas relaciones de poder entre los géneros y la dominación de lo "masculino" sobre lo "femenino", pero también sobre las diversas construcciones e identidades sexuales que escapan o quedan fuera del orden establecido.

Se hace necesario explicitar que los estudios de género en los que nos enmarcamos suponen un énfasis sobre las consecuencias políticas y sociales de las diferencias sexuales entre los/as sujetos/as, así como una consideración de las formas y procesos de construcción de relaciones de poder sobre la base de las diferencias sexuales.

### **Sobre mitos y estereotipos**

Ana María Fernández, en "La Mujer de la Ilusión", plantea los mitos que constituyen los estereotipos de "ser mujer" en una sociedad patriarcal, los cuales son producidos y reproducidos en la familia, el sistema escolar y en los medios de comunicación: la pasividad erótica femenina, la mujer-madre y el amor romántico. Estos mitos han justificado y generado el sentido común de que las mujeres deben ser marginadas en el manejo del dinero y de los bienes patrimoniales, así como han generado criterios absolutamente distintos respecto de la moral sexual para los géneros, entre otras tantas desigualdades presentadas como "naturales".

Siguiendo a Fernández, los mitos sociales ordenan y disciplinan no sólo las relaciones intersubjetivas entre los géneros, sino también la distribución desigual de cuotas de poder en todos los ámbitos.

Cuando la autora se refiere a mitos hace alusión a lo que define como cristalizaciones de significación que una sociedad instituye, que operan como organizadores de sentido en el accionar, pensar y sentir de los hombres y las mujeres que conforman esa sociedad, sustentando a su vez la orientación y legitimidad de sus instituciones. Estas significaciones imaginarias no son creadas de una vez y para siempre, sino que van surgiendo nuevos organizadores de sentido que, enlazándose con las prácticas sociales, las desordenan, disciplinan los cuerpos, deslegitiman las instituciones y, en algún momento, instituyen una nueva sociedad.

Con la modernidad, el conjunto de significaciones que el imaginario social determina tanto para lo público como para lo privado delimita el conjunto de atribuciones, prescripciones y prohibiciones inherentes a lo masculino



y lo femenino en ese período histórico y en cada una de estas esferas, reservando lo privado -doméstico- a las mujeres y lo público- la política, el poder, las decisiones- a los varones. En este marco, los mitos de Mujer-madre y amor romántico encontraron su cristalización.

Por otro lado, para Ana María Fernández, los mitos sociales operan por deslizamiento de sentido que vuelven equivalentes cuestiones muy disímiles. Por ejemplo, en el mito Mujer = Madre, no es lo mismo decir que "para ser madre se necesita ser mujer", que "para ser mujer se necesita ser madre"; sin embargo en nuestra cultura logra una gran eficacia simbólica, llegando a equiparar los términos de la ecuación.

En este sentido, según la autora, "nuestra sociedad organiza el universo de significaciones en relación con la maternidad alrededor de la idea Mujer = Madre: la maternidad es la función de la mujer y a través de ella alcanza su realización y adultez. Desde esta perspectiva, la maternidad da sentido a la feminidad; la madre es el paradigma de la mujer, en suma; la esencia de la mujer es ser madre" (Fernández, 1993: 161). Maternidad que alude más a la función social que al fenómeno natural inherente a las mujeres y adscripto a su sexo biológico.

Esta idea central Mujer = Madre, no sólo prescribe las acciones referidas al concebir, parir y criar la descendencia, sino que atañe también a los proyectos de vida de las mujeres concretas así como a los discursos sobre "la Mujer".

En conjunción, los mitos en torno al "ser mujer", conforman los estereotipos que, entre otras instituciones, difunden los medios de comunicación.

A su vez, producen consenso en la sociedad, a través de generar un sentido común que se base en dichos estereotipos, sobre el papel inferior y subordinado de las mujeres respecto de los varones.

Si bien Fernández reconoce que en la actualidad, dado en parte por la irrupción de las mujeres en la esfera pública, estos mitos han entrado en crisis, cabe aclarar que las estrategias y los mecanismos de subordinación se reciclan y aparecen nuevos dispositivos que continúan la desigualdad de las mujeres respecto de los varones en la sociedad. Es decir, se evidencia que la circulación de las mujeres en el espacio público se realiza en condiciones desventajosas y las mujeres quedan siempre alejadas de los lugares de poder, trabajan más y ganan menos. Además, deben convivir

con las exigencias tradicionales -madre, tareas domésticas, crianza de los hijos/as- y con las nuevas exigencias del mundo público (Gil, 2008:62).

### **Derechos Humanos de las Humanas**

En los países de la región latinoamericana, particularmente, en Argentina, se han sancionado leyes nacionales con el fin de concientizar, prevenir y sancionar acerca de algunos flagelos que atentan contra los Derechos Humanos fundamentales de las mujeres - también de niñas/os y adolescentes.

Por ejemplo, en abril de 2008, Argentina sancionó la Ley N° 26.364 *Prevención y Sanción de la Trata de Personas y Asistencia a sus Víctimas*. La misma constituyó un avance fundamental para combatir este flagelo ya que la ley sostiene penalizar a quienes participen de la "captación, transporte o traslado, y acogida o recepción" de personas "con fines de explotación sexual, laboral o para extracción de órganos".

En el mismo orden, el pasado año sancionó la Ley Nacional N° 26.485 *Violencia Contra La Mujer. Prevención, sanción y erradicación*. El texto fue celebrado por las organizaciones de mujeres y/o feministas ya que consideraba todos los tipos de violencia hacia las mujeres como delitos e instaba hasta a los medios de comunicación a revisar sus construcciones discriminatorias y sexistas.

En este marco, los medios resultan retardatarios respecto de los avances legales en cuanto la brecha, cada vez más amplia, entre los acuerdos formales (bajo la forma de leyes, convenciones, tratados, etc.) y las prácticas reales, resulta difícil de zanjar. Por el contrario, el refuerzo del sentido común como concepción del mundo mecánicamente impuesta por una criatura extraña, por "uno de los muchos grupos sociales en los que todos están automáticamente involucrados desde el momento de su entrada en el mundo conciente" (Gramsci, 1971) resulta la constante más repetida en los medios masivos.

Verónica Piccone, en un artículo titulado *El derecho a la igualdad. ¿Es contradictorio hablar de derechos humanos de las mujeres?*, sostiene que "hablar de Derechos Humanos de las mujeres, así como de otros/as que han sido históricamente objeto de segregación y discriminación, es reconocer la desigualdad de los puntos de partida, es consagrar no sólo la igualdad formal sino incluso la desigualdad formal - como lo hacen las acciones

positivas - en pos de alcanzar la igualdad plebeya, la igualdad de puntos de partida" (Piccone, 2007:83).

Tal como plantea la autora, existe una brecha entre los acuerdos formales y la igualdad real. En este sentido, la existencia de una concepción formal de la ciudadanía dio cuenta de que la sola consagración de una fórmula normativa, no garantiza ni la vigencia ni el cumplimiento de la misma. En el caso de las mujeres, dice Piccone, "las normas que formalmente las segregaron fueron la expresión de una ideología dominante patriarcal, de la que hoy, no tanto las normas, pero sí muchos de los operadores jurídicos y administrativos dan cuenta" (Piccone, 2007:81).

Sobre el rol de los medios de comunicación en este punto, es fundamental afirmar que si bien las normas son fundamentales para cambiar una concepción social arraigada, caen en un "saco vacío" si no son acompañadas de un discurso y una sensibilización respecto de que el derecho a la libertad y a la igualdad es idéntico para todos y todas más allá de las diferencias.

Entonces, "el Derecho de los Derechos Humanos desde una perspectiva feminista exige que las mujeres gocen de un pleno derecho a su integridad física, que incluye la potestad sobre su cuerpo, propia del ámbito privado y, a su vez, exige en el campo público que la ciudadanía sea realmente un espacio de transformación de las relaciones sociales que incluyen las relaciones de género" (Piccone, 2007:82).

### **El modelo de la IE y la mirada de género**

Cuando los medios de comunicación hegemónicos, a través de sus procesos periodísticos, construyen sentido respecto a las mujeres, ya sea porque se refieren a situaciones de feminicidios y/o a situaciones de violaciones, embarazos no deseados, aborto, se asientan sobre las ideas- fuerza del patriarcado: mujer=madre, mujer =pasiva, mujer =inferior al varón.

Paradigmáticas en este sentido resultan las conclusiones del estudio *Estereotipos de género y sentido común dominante en la prensa gráfica mendocina. Un análisis desde la Intencionalidad Editorial* (Gil, 2008), donde analizamos la intencionalidad de dos diarios de la provincia de Mendoza, "Los Andes" y "Uno", respecto de la situación de una joven con discapacidad embarazada víctima de una violación, cuya madre pedía un aborto. Los dos diarios parecían, a simple lectura, estar a favor de la práctica del

aborto. No obstante, luego de realizar el análisis de los procesos periodísticos desde la IE, dilucidamos que ese posicionamiento a favor, no era más que manifestarse a favor del orden existente, ya que la situación de la joven estaba contemplada como excepción en el Código Penal de la Nación. Por tanto, el sentido construido generaba la idea de respetar la ley vigente. Lejos estuvieron los diarios de construir sentido desde el derecho de las mujeres a decidir sobre sus propios cuerpos.

En situaciones de violencia de género, las cosas no son muy diferentes. El sentido construido por los medios es el de "culpabilidad" de las mujeres. Ellas, que fueron las golpeadas, violadas, maltratadas, asesinadas, son las investigadas, las "sospechosas".

La prensa hegemónica recurre a fuentes policiales y construye las noticias acerca de este flagelo, apelando al sensacionalismo. Las informaciones son descontextualizadas y en todos los casos aparecen "justificaciones" frente a la violencia. Con estas construcciones, se naturaliza la violencia hacia las mujeres, la cual es una de las manifestaciones de una subordinación, desigualdad y discriminación mayor que refiere al sistema y orden patriarcal o, en términos de Pierre Bourdieu (2003), a la "dominación masculina" [4].

Es más, siguiendo a Fernández, los violentamientos tanto físicos como simbólicos, económicos, políticos, legales o eróticos constituyen una de las múltiples estrategias de la producción de la desigualdad de género en tanto producen consenso respecto a la naturalidad de la inferioridad femenina.

Así es que, combinar el modelo de la Intencionalidad Editorial y la perspectiva de género para analizar los procesos periodísticos y, por tanto, el sentido común dominante que la prensa hegemónica construye, al tratar temas y problemáticas que hacen a los Derechos Humanos de las mujeres, permite desenmascarar un determinado posicionamiento político-editorial que busca reforzar y perpetuar las relaciones desiguales de poder entre los géneros a través de la difusión de las ideas propias del orden patriarcal.

Asimismo, hacer visible y poner en evidencia esa parcialidad e intencionalidad constituye una acción política que contribuye a hacer de la igualdad entre varones y mujeres, una realidad cotidiana.

## Consideraciones finales

La comunidad académica especializada afirma que el "sentido común" instalado en sujetos/as individuales y sociales está directamente influenciado por las agendas comunicacionales. Sobre el tema que nos convoca podemos afirmar que el periodismo, a través del sentido común que construye, busca conservar el orden establecido en donde el poder tanto material como simbólico lo detentan los varones.

En este sentido, los medios de comunicación, insertos en la dimensión cultural, producen y reproducen estereotipos patriarcales. Como actores concretos que manipulan lo simbólico, siguen colocando a las mujeres en un lugar de desigualdad.

Por tanto, analizar desde una perspectiva de género el posicionamiento político-editorial de la prensa hegemónica, dilucidar la parcialidad que muestra como natural y determinar la ideología que sustenta determinada construcción de sentido, resulta fundamental para avanzar en la equidad de género. En definitiva, se trata de una doble desnaturalización: Desde la IE, respecto a la idea hegemónica y dominante de que el periodismo es "independiente y objetivo en tanto que neutral" y que, en consecuencia, estaría "por fuera" de lo político-ideológico (en cuanto a toma de posición) y, desde la perspectiva de género, respecto a los valores del patriarcado, las construcciones culturales, los mitos y estereotipos sexistas que, históricamente, le han negado a las mujeres la posibilidad de decidir y que han hecho de la subordinación y de la dominación masculina una "realidad natural".

## NOTAS

[1] A este tipo de sociedad en la que el poder - saber - tener se halla en manos de los varones se la denomina patriarcal. El término sociedad patriarcal se aplica a una sociedad pensada por y para hombres. Este tipo de sociedad supone formas consolidadas de vida familiar y social, basadas en un sistema estructural y cultural de dominación, en el que es el varón quien detenta este poder, en todos los ámbitos sociales: familia, estado, Iglesia, etc. La categoría patriarcado da cuenta del control que los varones ejercen sobre el conjunto de la reproducción humana. Esto implica, no sólo la sexualidad, que a través de complejos dispositivos de poder establecen determinadas relaciones de parentesco, sino también la totalidad de las relaciones de reproducción social, por medio de las cuales

se reproducen dentro de un modo de producción determinado las relaciones de sujeción - subordinación del género femenino" (Ciriza, 1993: 153/4).

[2] Este modelo fue desarrollado por un grupo de Investigación Teórica de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, dirigido por el profesor Víctor Ego Ducrot, y probado con eficacia por el Observatorio de Medios de APM desde el mes de mayo de 2006 y otros de carácter internacional, como los realizados por COMUNICAN sobre escenarios electorales de Venezuela, Bolivia, Chile, Perú y El Salvador. La IE recoge, como aportes metodológicos, las herramientas de medición elaboradas por la socióloga y académica Maryclen Stelling, fundadora y directora del Observatorio de Medios de Venezuela, e integrante de COMUNICAN. Asimismo, es trabajado en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional de Cuyo. Actualmente, es aplicado en el equipo de Investigación "Observatorio de Periodismo y Derechos Humanos" de la misma unidad académica. Este modelo teórico-metodológico fue utilizado en la tesis de grado "Estereotipos de género y sentido común dominante en la prensa gráfica mendocina. Un análisis desde la Intencionalidad Editorial" de la licenciada A. Soledad Gil y forma parte de su actual proyecto doctoral titulado "La Intencionalidad Editorial de la prensa hegemónica en la construcción de sentido común sobre los DDHH de las mujeres. Argentina 2010/2011".

[3] Cabe considerar que en medios radiales, on line o audiovisuales también es importante considerar la "ubicación" de los titulares y de las noticias teniendo en cuenta las particularidades de cada uno de ellos.

[4] La dominación masculina se funda en la transformación de la diferencia sexual en la base de relaciones de dominación simbólica que se ejercen, por decirlo a la manera de Bourdieu, "en nombre de un principio simbólico conocido y admitido tanto por el dominador como por el dominado, un idioma [...], un estilo de vida [...] y, más habitualmente, una característica distintiva, emblema o estigma [...]" (2003: 12). Las sociedades de dominación masculina están basadas en relaciones patriarcales invisibilizadas como tales. La noción de patriarcado hace referencia al control que los varones ejercen sobre el conjunto de la reproducción humana. Esto implica, no sólo la sexualidad, que a través de complejos dispositivos de poder entabla determinadas relaciones de

parentesco, sino que también atraviesa la totalidad de las relaciones de reproducción social, es decir, las relaciones entre los seres humanos (de clase, etnia, género y orientación sexual) y la relación con/ en la naturaleza interna y exterior.

## REFERENCIAS

- Belluci, M. (1992). *De los estudios de la mujer a los estudios de género: un recorrido un largo camino*. En A. M. Fernández, *Las mujeres en la imaginación colectiva*. Buenos Aires: Paidós.
- Bourdieu, P. (2003). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.
- Castells, C. (1996). *Perspectivas feministas en teoría política*. España: Paidós.
- Chaher, S. y Santoro, S. (2007). *Las palabras tienen sexo*. Bs. As.: Artemisa Comunicación.
- Ciriza, A. (2007). "Apuntes para una crítica feminista de los atolladeros del género". En *Estudios de filosofía práctica e historia de las ideas*, Año 8, N° 9, Mendoza.
- Ciriza, A. (2002). "Consenso y desacuerdo. Los derechos reproductivos y sexuales como derechos ciudadanos de las mujeres en Argentina". En *El Catoblepas*, N° 9.
- De Barbieri, T. (1993). "Sobre la categoría género. Una introducción teórico-metodológica". En *Debates en Sociología*, N° 18.
- Domenach, J. M. (1993). *La propaganda política*. Buenos Aires: Eudeba.
- Ego Ducrot, V. y otros (2009). *Sigilo y nocturnidad en las prácticas periodísticas hegemónicas*. Bs. As.: Ediciones del CCC.
- Espeche, E. (2006a). *El proceso periodístico en el escenario de la lucha ideológica*. Documento de Cátedra.
- Espeche, E. (2006b). "Insuficiencias teóricas y epistemológicas para el análisis del proceso periodístico". En *Trampas de la comunicación y la cultura*. La Plata.
- Fernández, A. M. (1994). *La mujer de la ilusión*. Buenos Aires: Paidós.
- Fernández Hasan, V. (2006). *La construcción mediática del sentido común: Imágenes sobre los procesos de ciudadanización de las mujeres. Análisis desde una perspectiva de género*. 1985/2003. Tesis Doctoral. Mendoza: UNCuyo.

Gil, A. S. (2008). *Estereotipos de género y sentido común dominante en la prensa gráfica mendocina. Un análisis desde la Intencionalidad Editorial*. Tesina de grado. Inédita. FCPyS-UNCuyo.

Gramsci, A. (1971). *Selección Cuadernos de la cárcel* (Quintin Hoare and Geoffrey Nowell Edits.). Nueva York: International Publishers.

Lopez, F. (2006). "Periodismo y Propaganda". En *Trampas de la comunicación y la cultura*, La Plata.

Piccone, V. (2007). "El Derecho a la Igualdad. ¿Es contradictorio hablar de derechos humanos de las mujeres?". En *Trampas de la comunicación y la cultura*, N° 53, Año 6, La Plata.

Rodriguez Esperon, C. (2007). "Manipulación. Despejar los reduccionismos para reformular el concepto". En V. Ego Ducrot y otros, *Intencionalidad Editorial*. La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación.

Scott, J. (1999). "El género: una categoría útil para el análisis histórico". En M. Navarro y C. Stimpson, *Sexualidad, género y roles sexuales*, Bs. As.: FCE.