

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
ÁREA CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



**REPRESENTACIONES DE GÉNERO EN LOS INFORMATIVOS
TELEVISIVOS DE LA CIUDAD DE COBIJA GESTIÓN, 2019**

**TESIS PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

Autora: Ezilandia Nascimento Ferreira

Tutor: Lic. Alfredo Aparicio Callaú

Cobija-Pando-Bolivia

2019

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

**REPRESENTACIONES DE GÉNERO EN LOS INFORMATIVOS TELEVISIVOS DE
LA CIUDAD DE COBIJA, GESTIÓN 2019**

Tesis de Grado sometida a consideraciones de la Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas, Carrera Ciencias de la Comunicación Social

Requisito para optar al grado de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social

Por:

Ezilandia Nascimento Ferreira

COBIJA-PANDO-BOLIVIA

Esta Tesis de grado ha sido aprobada en su presente forma por la Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales y Humanísticas y el Tribunal correspondiente.

Firmantes:

M.Sc. Carol Carlo Durán
DIRECTORA ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

Lic. Lifer Romero Vaca
TRIBUNAL

Lic. Claudia Pereira Rosado
TRIBUNAL

Lic. Patricia Torrico Oliva
TRIBUNAL

Lic. Alfredo Aparicio Callaú
TUTOR

Univ. Ezilandia Nascimento Ferreira
POSTULANTE

Dedicatoria

Dedicado a Dios, por la fuerza que me da para salir adelante

Agradecimientos

A Dios, por haberme llenado de fortaleza y superar todos los obstáculos presentados en el largo camino recorrido.

A mi esposo Ivan Córdoba Guerra, por el apoyo incondicional que me brindó durante los días afligidos de mi formación.

A mi hija Ezivania Cordoba por la compañía y paciencia que tuvo durante el transcurso de mi carrera profesional, prueba viva de esfuerzo que generó mi constancia para culminar mi formación.

A mi familia, por ser oportuna con sus palabras de aliento

A la Universidad Amazónica de Pando, por acogerme estos cinco años y permitir mi formación profesional

A Lic. Alfredo Aparicio, por haber depositado su confianza y haberme dado los consejos necesarios de manera oportuna, permitiendo ser perseverante en el objetivo trazado.

A mis docentes, por haberme nutrido de conocimientos y experiencias durante mi formación

A mis compañeros, por las experiencias vividas a lo largo de estos cinco años de formación, que entre risas, peleas y llantos, siempre logramos culminar los objetivos trazados.

Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimientos.....	iii
Índice de Contenidos	iv
Lista de anexos.....	vii
Resumen Ejecutivo.....	viii
Introducción.....	

CAPÍTULO I

JUSTIFICACIÓN, PROBLEMA Y OBJETIVOS

1.1 Antecedentes.....	3
1.2 Justificación.....	6
1.3 Descripción del problema.....	7
1.3.1 Formulación del problema.....	10
1.4 Objetivos.....	10
1.4.1 Objetivo General.....	10
1.4.2 Objetivos Específicos.....	10

CAPÍTULO II

DISEÑO METODOLÓGICO

2.1 Tipo de investigación.....	11
2.2 Enfoque de la investigación.....	11
2.3 Población y muestra.....	12
2.3.1 Población.....	12
2.3.2 Muestra.....	13
2.4 Técnicas de investigación.....	13
2.4.1 Revisión bibliográfica.....	14
2.4.2 Entrevista no estructurada.....	14
2.4.3 Entrevista semiestructurada.....	15
2.4.4 Entrevista en profundidad.....	15
2.4.5 La observación no participante.....	16
2.5 Análisis y procesamiento de la información.....	16
2.5.1 Triangulación y análisis de datos.....	16

CAPÍTULO III

MARCO REFERENCIAL

3.1 Marco Legal.....	18
3.1.1 Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia.....	18

3.1.2	Ley General de Telecomunicación. Tecnologías de Información y Comunicación Bolivia N° 16419.....	19
3.1.3	Ley N° 348 Integral para Garantizar a las Mujeres una Vida Libre de Violencia.....	21
3.2	Marco Teórico.....	23
3.2.1	Teoría de representaciones sociales.....	23
3.2.2	Enfoque de género.....	25
3.3	Marco Conceptual.....	31
3.3.1	Medios de comunicación.....	31
3.3.2	Género en la sociedad.....	33
3.3.3	Representaciones sociales.....	34
3.3.4	La desigualdad entre los sexos y la importancia de aplicar la categoría de análisis “género” en la investigación.....	36

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1	Roles de mujeres y hombres en la planificación y presentación de informativos.....	38
4.1.1	Rol que desempeñan los presentadores en los espacios televisivos.....	39
4.1.2	Participación en la realización de los informativos.....	43
4.2	Temáticas de género de mayor o menor representación en los informativos...	49
4.2.1	Equidad de información en los escenarios televisivos.....	49
4.2.2	Frecuencia de la información.....	53
4.3	Exposición de género en los informativos televisivos meridiano de la ciudad de Cobija.....	54
4.3.1	Características físicas.....	55
4.3.2	Capacitación de los presentadores de los informativos.....	56
4.3.3	Equidad de género.....	58
	Conclusiones.....	61
	Recomendaciones.....	66
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	67
	Anexos.....	

Lista de Anexos

ANEXO 1	Fotografías de trabajo de campo.....
ANEXO 2	Solicitudes de ingreso a los canales televisivos.....
ANEXO 3	Instrumentos Guía de entrevista
ANEXO 4	Instrumentos Guía de observación
ANEXO 5	Vaciado de datos y matrices.....

RESUMEN EJECUTIVO

El objeto de estudio de la presente investigación, son las representaciones de género en los informativos de la ciudad de Cobija.

La investigación tiene como objetivo general analizar las manifestaciones de las representaciones de género que exponen los presentadores y productores en los informativos televisivos meridianos de la ciudad de Cobija.

Las corrientes teóricas en la que se basa esta investigación son la teoría de las representaciones sociales y el enfoque de género

El enfoque utilizado fue de tipo cualitativo, lo que permitió aplicar seis entrevistas y observación a presentadores de programas informativos, así como a tres productores de los canales de televisión SPC, UNITEL y TVU.

Los resultados demuestran los roles que se cumplen en el ámbito de los informativos, y que no existe discriminación, estigma o estereotipo por la condición de género, sino más bien por el cargo que se ocupa en cada medio de comunicación. Asimismo, la participación de la mujer está presente, no sólo en escenarios visibles, sino también en otros roles que se desarrollan al interior de los medios de comunicación televisivos

Introducción

Las representaciones de los medios de comunicación constituyen un modo de conocimiento y contribuyen, al mismo tiempo, a la elaboración de las identidades individuales y colectivas, a la difusión de las normas, conductas y valores.

La presente investigación surge a partir de querer conocer cómo se manifiestan las representaciones de género que exponen los presentadores y productores en los informativos televisivos de la ciudad de Cobija

El objetivo que orienta el presente trabajo de grado es analizar las manifestaciones de las Representaciones de Género que exponen los presentadores y productores en los informativos televisivos meridianos de la ciudad de Cobija, a través del análisis del papel que desempeñan las mujeres y hombres en la planificación y presentación de los informativos, así como la descripción de los temas que según el género tienen mayor o menor representación en los informativos.

El trabajo investigativo aplicó un estudio descriptivo y analítico, que permitió analizar y describir características, actitudes, y condiciones particulares de los hombres y mujeres implicados en el estudio de las representaciones de género en los diferentes medios televisivos de la ciudad de Cobija, y la manera que el público percibe las mismas, este proceso fue desarrollado bajo un enfoque cualitativo.

Las principales contribuciones de esta investigación se concretaron a través de la metodología y el enfoque aplicado.

El informe de tesis de grado está estructurado de la siguiente manera: En el capítulo I se presentan los antecedentes, justificación, descripción del problema y objetivos del mismo.

El capítulo II, se refiere al diseño metodológico que guió la elaboración de la tesis de grado, en el cual señala el tipo y enfoque de investigación, la población y la muestra, el tipo de

muestreo, las fuentes y técnicas de investigación, así como el análisis y procesamiento de información.

El capítulo III corresponde al marco referencial en el que se incluye el marco legal, el marco teórico, el estado del arte y el marco conceptual.

El capítulo IV, presenta los resultados de la investigación, se describe el contexto donde se realizó y se ve reflejado un análisis cualitativo, fruto de un proceso de categorización y triangulación de datos.

CAPÍTULO I

JUSTIFICACIÓN, PROBLEMA Y OBJETIVOS

1.1 Antecedentes

En los últimos decenios, han surgido diferentes investigaciones sobre género y su relación con los medios de comunicación. El origen de estos estudios responde a una necesidad del entorno mundial para eliminar los prejuicios y estereotipos creados por la no aceptación del nuevo rol que constituye la mujer en el cambio social. Por lo que Lagos y Antezana citado en Gresy, (2013) señalan que:

Los medios de comunicación, y específicamente la televisión, participan de las nuevas condiciones de formación de identidades sociales en un contexto donde los grandes referentes se han debilitado. Son los principales creadores de efectos de verdad, de identificación social y de mediación en términos de la memoria que, en conjunto, generan materialidad, es decir relaciones o disposiciones de acciones concretas y efectivas (p.62).

Las representaciones de medios de comunicación constituyen un modo de conocimiento y contribuyen, al mismo tiempo, a la elaboración de las identidades individuales y colectivas, a la difusión de las normas, conductas y valores.

Cabe resaltar que la televisión boliviana surge el 30 agosto de 1969 mediante un decreto emitido por el entonces presidente Luis Adolfo Siles Salinas, quien asumió el poder después de la muerte del Gral. René Barrientos Ortuño, por lo que Gisbert (1979) alude, al hablar de los medios de comunicación, señala que es importante conocer la historia de la televisión en Bolivia, Canal 7, Bolivia TV representa la historia del surgimiento de la televisión en el país, contemplados de la siguiente manera¹:

¹ Datos página oficial Bolivia TV, recuperado en fecha el 15 de mayo a horas 09:00 am del 2019

El primer personaje que aparece en la pantalla fue Tito Landa, quien fue el presentador que dio la bienvenida y presentó a los bolivianos en el recientemente inaugurado Canal 7 Televisión Boliviana.

Las personas que tenían un televisor en ese tiempo solamente lograban captar imágenes en blanco y negro. Los despachos internacionales eran recibidos a través de teletipo mediante la agencia de noticias DPA (Deutsche Presse-Agentur GmbH, Agencia Alemana de Prensa) es la mayor agencia de noticias de Alemania y una de las mayores del mundo.

Uno de los máximos logros en ese entonces fue la conexión entre dos departamentos cuando se hizo una transmisión simultánea entre El Alto y Santa Cruz de la Sierra. Durante la década de los años setenta, Televisión Boliviana comenzó con producción propia para ser difundida al resto del país. Mabel Rivera, directora del teatro "El Arlequín" implementó un programa infantil en el que cada semana se presentaba cuentos como Blanca Nieves, Caperucita Roja y otros. Para media hora de programa se necesitaba un plantel de 50 personas para la construcción del set.²

En esa misma década nació el programa "Enfoques", dirigido y producido por el comunicador Mario "Cucho" Vargas, programa que presentaban artistas nacionales e internacionales.

Sin embargo, con la llegada de la democracia a Bolivia los canales privados comenzaron a multiplicarse con la emisión de programas norteamericanos de todo tipo y causando más atención del público. La ENTB (Empresa Estatal Bolivia TV) continuó con su labor informativa y educativa. A finales de los años ochenta, los analistas políticos como Carlos Mesa Quisbert, "tomar las pantallas de la televisión y se inicia una era en la que la opinión pública es formada, en los años noventa se llamaría los todólogos" (página oficial Bolivia TV).³

² Datos página oficial Bolivia TV, recuperado en fecha 15 de mayo a horas 09:00 am del 2019

³ Datos página oficial Bolivia TV, recuperado en fecha 15 de mayo a horas 09:00 am del 2019

El departamento Pando cuenta con medios de comunicación televisivos, los que funcionan bajo la normativa de la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes (ATT). La Entidad Estatal presenta una lista de operadores de radiodifusión televisiva, que tienen un área de cobertura en la ciudad de Cobija, y son las siguientes: la Empresa Estatal de Televisión Bolivia TV, Polavisión., Sistema Pandino de Comunicación SPC Canal 15, Televisión Universitaria Canal 21 y el Canal 45 Pando Visión.

De todos los medios anteriormente citados, entre los que tienen una masiva audiencia se pueden destacar:

El Sistema Pandino de Comunicación (S.P.C.) Canal 15, nace ante la necesidad de la ciudad de Cobija de contar con un medio de comunicación que se identifique con la realidad regional, bajo la dirección de la periodista Yusara Melena. Actualmente cuenta con nueve años de presencia en el mercado de la pantalla pequeña en la capital pandina.

Otro de los medios masivos en la ciudad es Televisión Universitaria de Pando, Canal 21, que surge bajo Resolución Administrativa Regulatoria No. 2004/1508 del 26/08/2004. El Canal nació en el seno de la Universidad Amazónica de Pando, con el propósito de brindar a la Carrera de Comunicación Social de esta Superior Casa de Estudios los elementos necesarios para apoyar a la formación de calidad de los profesionales del área.

Actualmente, este medio es reconocido en la región por la población y se considera, un centro de prácticas para los estudiantes de comunicación social y viene aportando al proceso de enseñanza aprendizaje y la excelencia académica.

De la misma forma se puede mencionar a UNITEL, canal que fue creado el 24 de agosto de 1999, aprobado por la ATT. Actualmente funciona como medio de comunicación afiliado a la Red Nacional. Hace 20 años que opera en el mercado regional.

Sin embargo, puntualizando la temática central que es la representación de género en los medios de comunicación en el Estado Plurinacional de Bolivia, se puede mencionar y referenciar a la comunicadora boliviana Flores (1999), autora del libro: El mundo y la

cotidianidad en femenino y masculino, publicación que tiene una visión de enfoque de género, en el que realiza un estudio que monitorea la participación de la mujer en programas radiales y televisivos locales y periódicos de circulación nacional. La conclusión del análisis es la siguiente: Un porcentaje elevado de noticias responde a la visión masculina, universal, natural del mundo a través del uso de términos genéricos que designan tanto a mujeres como a hombres. La representación de género en los programas radiales, televisivos y periódicos de circulación en nuestro país, está representada por la figura masculina, según la investigación.

Estas publicaciones anteriormente mencionadas, fueron una base sustancial para la investigación, antes se notaba con más relevancia la representación de la figura masculina en los medios; sin embargo, es importante saber en la actualidad la imagen que representan los hombres y mujeres en los informativos televisivos.

1.2 Justificación

La identidad de género influye en los procesos comunicativos de manera muy significativa debido al impacto que los medios de comunicación ejercen sobre la colectividad en general.

Acorde con este escenario, se torna necesario realizar el trabajo de investigación con la intención de conocer respecto a la representación de género en la televisión de Cobija, a través de un análisis reflexivo y profundo que permita conocer las características y condiciones actuales de las Representaciones de género en los medios televisivos a nivel local.

La tesis se desarrolló bajo el análisis de un enfoque cualitativo, metodología que hasta ahora ha sido poco desarrollada en la región y sobre todo en la Universidad Amazónica de Pando, de ahí que constituye una novedad, por una parte y un desafío que pretende mostrar otros diseños que permiten resultados cualitativos novedosos con la temática y contexto que se ha elegido.

Sus aportes permitirán conocer en el ámbito de la comunicación específicamente, cómo la identidad de género determina las formas particulares en que las personas se relacionan con

su realidad con los otros y su participación en los procesos comunicativos, reflexionando que estas representaciones de la realidad son las que ayudan a las personas a modelar su pensamiento, adaptarse a la realidad, a encontrar modelos de identificación.

El estudio beneficiará de manera directa a la comunidad de la Universidad Amazónica de Pando a través de la Carrera de Comunicación Social, a los medios televisivos y a la sociedad en general de la ciudad de Cobija; ya que se trata de una temática de inclusión y participación de hombres y mujeres en los escenarios televisivos.

La presente investigación es pertinente y relevante, pues el enfoque de género, en la actualidad, esta tomado en cuenta de manera transversal en todos los espacios públicos y privados, es evidente la participación de las mujeres en los distintos escenarios laborales, uno de ellos los espacios televisivos.

Esta investigación es un aporte de la Universidad Amazónica de Pando, en respuesta al encargo social como institución de educación superior, pues los pilares de formación, investigación e interacción social, se encuentran plasmadas en el presente documento.

Asimismo, el desarrollo de este estudio, aporta para que los profesionales en Comunicación Social conozcan la situación actual referente al tema abordado, y a partir de ello se pueda profundizar en otros estudios y proponer líneas de acción vinculadas al enfoque de género.

1.3 Descripción del problema

Las personas forman parte de una sociedad moderna y globalizada, regida por la tecnología y la información, espacios donde aún transita la televisión con productos culturales portadores de discursos que reproducen, a menudo, la desigualdad de género.

En la presente investigación el objeto de estudio son las representaciones de género en los informativos televisivos de la ciudad de Cobija, para ello se describe la problemática que ha permitido adentrarse a realizar la investigación bajo un enfoque cualitativo.

El problema nace a raíz de conocer la realidad sobre las representaciones de género presentes en los medios televisivos y para ello se ha delimitado a los informativos meridianos de los medios de comunicación más sobresalientes de la ciudad de Cobija del Departamento Pando.

Las causas identificadas se puede indicar que es muy relevante conocer el escenario real, en la actualidad los canales televisivos como Sistema Pandino de Comunicación (SPC) canal 15, canal Universal de televisión (UNITEL) y Canal Universitario (TVU), presentan informativos en los que se puede observar la participación de género (hombres y mujeres), donde es visible que en los tres noticieros hay hombres y mujeres por igual.

Esta apreciación trae como efectos el desconocimiento del contexto verdadero que se presenta en los medios de comunicación referente a las representaciones de género, la distorsionada idea de que se está aplicando la equidad de género, así como la percepción de una imagen tradicional de la mujer en la sociedad, llevando a la construcción de estereotipos.

Los informativos cumplen un rol importante; a través de ellos se logra comunicar, informar, sensibilizar y educar a la sociedad. Sin embargo, los programas organizados bajo la lógica del discurso de información son los más conservadores en cuanto a imágenes y roles de la mujer.

Entre los estudios a nivel internacional sobre la variable de género (Lünenborg, citado en Franquet, Luzón y Ramajo, 2006) refieren a la investigación sobre la prensa dominante de nueve países europeos en el que señalan:

Que las mujeres constituyen el 27% de las redacciones de dichos medios y acaparan únicamente el 12% de los puestos de carácter ejecutivo. Las mujeres representan el 53% del personal de radio y televisión en los países bálticos, el 45% en la Europa Central y del Este, el 42% en los países nórdicos y sólo el 36% en la Europa Occidental. (p. 97).

Este estudio demuestra que el género dominante en la prensa en los países europeos es desigual, por lo que la mujer tiene una participación inferior a la de los hombres, ya que en una minoría las mujeres son participes de las presentaciones de los informativos.

Por lo que respecta al medio televisivo, Litchter y Rothmann, citado en Franquet et al (2006) mencionan que “los estereotipos están claramente relacionados con el consumo televisivo” (p. 85). La mujer anteriormente era más vista o representada en las publicaciones como promoción acompañado de algo para el consumo televisivo, que como figura presentadora de un programa.

Por consiguiente Rogge alude que “el impacto de la televisión ayuda a definir las relaciones interpersonales y el clima comunicativo” (1989, p.112). Los medios de comunicación, en si tienen una enorme participación y responsabilidad, porque a través de ello manifiestan contenidos que contribuyen o destruyen a los consumidores.

A pesar de ciertos avances en las últimas décadas no sólo se registra una menor visibilidad de las mujeres en las noticias sino que éstas aparecen como sujetos secundarios.

Los discursos informativos están hechos por hombres y para hombres, las decisiones editoriales en general son tomadas por hombres y en las salas de redacción la rutina profesional de construcción informativa responde a una cultura masculina que se ha naturalizado, siendo que la presencia de hombres y mujeres sigue siendo de tres a una en casi todos los espacios. (Lünenborg citado en Franquet et al, 2006, p.90).

Las apreciaciones de Lünenborg hacen referencia al papel protagónico que juegan los hombres en la toma de decisiones bajo una cultura masculina, y a ello se adhiere que en los medios de comunicación la presencia del hombre es mayor que de las mujeres.

En el caso puntual del último relevamiento del Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GAMMA) realizado en Argentina por Gil y Hasan (2014), señala:

Para el caso de Latinoamérica, el porcentaje de mujeres que figuran en las noticias en la región era del 32% en televisión, 29% en prensa gráfica y 22% en radio. Sólo el 36% del periodismo entrevistado, en cada país y en las organizaciones mediáticas, eran mujeres (p. 52).

Estas estadísticas, reflejan la baja participación de las mujeres en los medios de comunicación, siendo los hombres quienes tienen mayor participación en noticieros de televisión, prensa gráfica, radio y periodismo entrevistado.

Para Gil y Hasan “la imagen de la mujer en los medios de comunicación latinoamericanos está básicamente relacionada con el rol estereotípico de la mujer en la familia, una situación que puede entorpecer la conceptualización de la mujer como individuo autosuficiente e independiente” (2014, p.142). En términos de representación, la presencia femenina en las noticias está, fundamentalmente, relacionada con roles asociados a la feminidad.

1.3.1 Formulación del problema

¿Cómo se manifiestan las representaciones de género que exponen los/as presentadores/as y productores en los informativos televisivos meridianos de la ciudad de Cobija?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Analizar las manifestaciones de las Representaciones de Género que exponen los/as presentadores/as y productores en los informativos televisivos meridianos de la ciudad de Cobija.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Analizar el papel que desempeñan las mujeres y hombres en la planificación y presentación de los informativos meridianos en canales televisivos de la ciudad de Cobija.
- Describir los temas que según el género tienen mayor o menor representación en los informativos.
- Describir la exposición de género en los informativos televisivos meridianos de la ciudad de Cobija.

CAPÍTULO II

DISEÑO METODOLÓGICO

2.1 Tipo de investigación

El trabajo investigativo aplicó un estudio descriptivo y analítico, para analizar, deducir y describir características, actitudes, y condiciones particulares de los hombres y mujeres implicados en el estudio de las representaciones de género que exponen los presentadores y productores en los informativos televisivos meridianos de la ciudad de Cobija.

Según D. Tamayo y W. Tamayo citado en Koria “Las investigaciones descriptivas comprenden la descripción, el registro, análisis e interpretación de la naturaleza social y la comprensión o procesos de los fenómenos que se analizan” (2005, p.85). La presente investigación respondió a un enfoque cualitativo, por lo que a través de la información recogida se analizó la descripción e interpretación de las variables planteadas, en la búsqueda de responder a la problemática central referida a la representación de género en los informativos.

Para Koria, una investigación analítica o explicativa está dirigida a contestar “por qué sucede determinado fenómeno, cuál es su causa o factores de riesgo” (2005, p.89). Por consiguiente, el tipo de investigación analítica y/o explicativa permitió responder a la problemática planteada mediante la aplicación de instrumentos, donde se profundizó las causas del problema.

2.2 Enfoque de la investigación

La investigación abordó un enfoque cualitativo, permitiendo así el análisis, descripción de características e interpretación de los fenómenos que incluyen al objeto de estudio.

El enfoque cualitativo se centró en analizar las manifestaciones de las representaciones de género que exponen los presentadores y productores en los informativos televisivos meridianos seleccionados como objeto de estudio que se hizo por medio de un proceso de indagación inductivo.

Los métodos cualitativos parten del supuesto básico de que el mundo social está construido de significados y símbolos. De ahí que la intersubjetividad sea una pieza clave de la investigación cualitativa y punto de partida para captar reflexivamente los significados sociales. La realidad social así vista está hecha de significados compartidos de manera intersubjetiva. El objetivo y lo objetivo es el sentido intersubjetivo que se atribuye a una acción. La investigación cualitativa puede ser vista como el intento de obtener una comprensión profunda de los significados y definiciones de la situación tal como la presentan las personas, más que la producción de una medida cuantitativa de sus características o conducta (Jiménez y Domínguez, citado en Salgado, 2006, p.5).

Los métodos que facilitaron el desarrollo del trabajo de investigación, fueron el método descriptivo y el analítico, porque aumentaron el grado de familiaridad sobre las manifestaciones de las Representaciones de Género que exponen los presentadores y productores en los informativos televisivos meridianos y otras especificaciones, esenciales en el proceso de investigación.

2.3 Población y muestra

2.3.1 Población

Para realizar la presente investigación se consideró como población a los comunicadores sociales que desempeñan sus funciones como presentadores en los medios de comunicación televisiva en la ciudad de Cobija, por lo que se consideran informantes claves para desarrollar la investigación.

Tamayo (1998), define a la población como “la totalidad del fenómeno a estudiar, en donde las unidades de población poseen una característica común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (p. 114), por lo tanto se ha seleccionado a los presentadores de los medios de comunicación de la ciudad de Cobija.

La población o universo de estudio del trabajo de investigación comprende a los presentadores y productores de los informativos que son transmitidos en el Sistema Pandino de Comunicación (SPC) canal 15, Universal de televisión (UNITEL) y el Canal Universitario (TVU).

2.3.2 Muestra

Para la elaboración de la presente investigación se consideró tomar una muestra representativa, para lo cual Jiménez (1983) indica que:

La muestra para el enfoque cualitativo es una parte o subconjunto de una población normalmente seleccionada de tal modo que ponga de manifiesto las propiedades de la población. Su característica más importante es la representatividad, es decir, que sea una parte típica de la población en la o las características que son relevantes para la investigación (p.223).

La muestra que se tomó fueron seis presentadores y tres productores de tres programas de noticias que se emiten localmente: Sistema Pandino de Comunicación (SPC) canal 15, Universal de televisión (UNITEL) y el Canal Universitario (TVU), que son transmitidos en horarios pico del medio día. Estos programas informativos poseen características similares, debido a que todos están dirigidos a presentar las noticias más destacadas a nivel nacional y principalmente local.

Asimismo, se aplicó la entrevista no estructurada a los propietarios de los canales anteriormente mencionados.

2.4. Técnicas de investigación

Para Quintana (1999) “las técnicas son los procedimientos e instrumentos que utilizamos para acceder al conocimiento” (p. 36), aplicarlas, implica el diseño de instrumentos para poder recabar información.

Bajo la perspectiva del autor, en la presente investigación se utilizó las técnicas de la entrevista y de la observación aplicando sus respectivos instrumentos.

La presente investigación se elaboró bajo un enfoque cualitativo, pues es fundamental contar con las percepciones y opiniones de la población de estudio. Arias alude que “las técnicas de recolección de datos, son estrategias que permiten al investigador llevar a cabo el levantamiento de la información necesaria, con el fin de determinar las condiciones existentes” (2019, p.10). En tal sentido para recabar información y datos se aplicaron las técnicas de observación participante y las entrevistas.

Las técnicas e instrumentos de investigación que contribuyeron a la recolección de información y datos fueron:

2.4.1 Revisión bibliográfica

Según Hernández, Fernández y Baptista mencionan que la revisión bibliográfica es “redactar, obtener y consultar la bibliografía y otros materiales que parten de otros conocimientos y/o informaciones recogidas moderadamente de cualquier realidad, de manera selectiva, de modo que puedan ser útiles para los propósitos del estudio” (2010, p. 93). Por medio de esta técnica se procedió a realizar la revisión bibliográfica, lo que permitió registrar y clasificar el material teórico pertinente para el análisis del documento.

Mediante esta técnica se pudo revisar teorías, conceptos y experiencias relacionadas con la representación de género en medios de comunicación. Información secundaria que ha permitido fundamentar el trabajo.

2.4.2 Entrevista no estructurada

La entrevista no estructurada y la semi estructurada, que son técnicas dialógicas, a partir de las cuales se acceden a descripciones de las percepciones de los actores, así como los procesos en los cuales intervinieron.

Hernández (2010), manifiesta que es “un contacto interpersonal que tiene por objeto el acopio de testimonios orales”. (p. 95). La entrevista coadyuvó a entender la postura de los informantes, a responder las preguntas de investigación y por medio de esta técnica se realizó

las entrevistas a los directivos, profesionales y empíricos que presentan la noticia, trabajadores y personas implicadas en la actividad informativa del Sistema Pandino de Comunicación SPC canal 15, Universal de televisión UNITEL y el canal universitario TVU, a través de la guía de entrevista como instrumento de investigación para recabar las opiniones vertidas.

2.4.3 Entrevista semiestructurada

La entrevista semiestructurada se aplicó al inicio de la investigación, en lo que se denomina inmersión inicial en campo, con el propósito de lograr un acercamiento al objeto de estudio y sus relaciones. Para ello, se elaboró un patrón de temas que se aplicó a los presentadores de los noticieros meridianos.

Con ella se recogió información que permitió delimitar aún más el problema de investigación, ya que por ser un tema no estudiado en el contexto local, no se tienen referentes que orienten su abordaje. Por otro lado, se requiere afinar la recolección de datos cualitativos.

2.4.4 Entrevista en profundidad

La entrevista en profundidad se aplicó en una segunda etapa de la recolección de datos a los involucrados en la elaboración de los contenidos de los noticieros meridianos que hicieron parte de la muestra; permitió obtener información con mayor nivel de profundidad logrando la comprensión más amplia sobre las diferentes variables de estudio. Su aplicación se realizó a partir de un patrón de temas a las personas involucradas en la elaboración de contenidos de los noticieros de los diferentes medios que son objeto de estudio.

Se identificó a los informantes tomando en cuenta aquellos que son presentadores de informativos y productores, posteriormente se estableció la fecha y hora de las entrevistas con anticipación, en sus lugares de trabajo actual y en sus propios domicilios de los entrevistados.

Con esta técnica se abordó el análisis correspondiente a la representación de género en los informativos, así como las percepciones sobre las representaciones de género en los informativos seleccionados.

2.4.5 Observación no participante

Por lo consiguiente se ha considerado la técnica de observación no participante para recoger información respecto a los roles de los presentadores, por lo que para Martínez (2011) la técnica de observación se fundamenta en lo siguiente:

Observar, en el lenguaje corriente apunta a mirar y estudiar algo detenidamente, concentrando nuestra atención en aquello que nos proponemos conocer. De este modo nuestros sentidos ejercen plenamente todas sus posibilidades, capturan lo que no descubre una mirada casual o impremeditada, aprehenden una multitud de datos que de otro modo no llegaríamos a hacer plenamente conscientes. De este modo podemos referirnos a una observación directa e indirecta (p. 26).

Esta técnica permitió recolectar información referente a las actividades, roles de las mujeres y hombres, quienes desempeñan funciones en los informativos televisivos, así como las imágenes, actitudes, y comportamientos de ambos, de esta forma se podrá percibir y analizar la representación de los presentadores.

Por medio de estos datos se establecerán conceptos y nuevas teorías a partir de la problemática identificada pero desde una perspectiva de nuestro contexto de la representación de género en los informativos meridianos televisivos. Para la observación no participante, se utilizó la guía de observación como instrumento de investigación.

2.5 Análisis y procesamiento de la información

2.5.1 Triangulación y análisis de datos

Para realizar el análisis e interpretación de datos, en la presente investigación se utilizó la triangulación de datos, pues esta técnica de análisis de datos permite minimizar la subjetividad y mostrar datos objetivos de lo estudiado.

La triangulación en la investigación social presenta muchas ventajas porque el utilizar diferentes métodos, éstos actúan como filtros a través de los cuales se capta la realidad de modo selectivo. Por ello conviene recoger los datos del evento con métodos diferentes: si los métodos difieren el uno del otro, de esta manera proporcionarán al

investigador un mayor grado de confianza, minimizando la subjetividad que pudiera existir en cualquier acto de intervención humana. (Finol, 2009. s.p)

Para la presente investigación se consideró triangular las entrevistas aplicadas a los y las conductoras de programas meridianos, así como las observaciones registradas.

CAPÍTULO III

MARCO REFERENCIAL

3.1 Marco Legal

Son diversas las normativas legales en las que se enmarcan las representaciones de género en los informativos televisivos, para lo cual se hace referencia a las más relevantes, tal es el caso de la Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, la Ley N° 064 y Ley N° 348, resaltando los artículos más relevantes y pertinentes con el tema abordado en la presente investigación.

3.1.1 Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia

En este apartado se hace referencia a la Constitución Política del Estado, norma matriz que regula los derechos y deberes de los y las bolivianas, a continuación, se puntualizan los aspectos que tienen relación con los medios de comunicación:

Artículo 107

- I. El Estado garantiza el derecho a la comunicación y el derecho a la información.
- II. El Estado garantiza a las bolivianas y los bolivianos el derecho a la libertad de expresión, de opinión y de información, a la rectificación y a la réplica, y el derecho a emitir libremente las ideas por cualquier medio de difusión, sin censura previa.
- III. El Estado garantiza a las trabajadoras y los trabajadores de la prensa, la libertad de expresión, el derecho a la comunicación y a la información. Estos derechos se ejercerán de acuerdo con el principio de responsabilidad, mediante las normas de ética y de autorregulación de las organizaciones de periodistas y medios de comunicación, y su ley.

IV. Se reconoce la cláusula de conciencia de los trabajadores de la información. 24

Artículo 108

- I. Los medios de comunicación social deberán contribuir a la promoción de los valores éticos, morales y cívicos de las diferentes culturas del país, con la producción y difusión de programas educativos plurilingües y en lenguaje alternativo para discapacitados.
- II. La información y las opiniones emitidas a través de los medios de comunicación social deben respetar los principios de veracidad y responsabilidad.
- III. Los medios de comunicación social no podrán conformar, de manera directa o indirecta, monopolios u oligopolios.
- IV. El Estado apoyará la creación y mantenimiento de medios de comunicación comunitarios en igualdad de condiciones y oportunidades.

Uno de los aspectos más relevantes que menciona la Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, es que el rol de los medios de comunicación social debe de contribuir a la promoción de valores éticos, morales y cívicos.

3.1.2 Ley General de Telecomunicaciones Tecnologías de Información y Comunicación Bolivia N° 164

El título IV de la Ley General de Telecomunicaciones Tecnologías de Información y Comunicación de Bolivia, establece el *desarrollo de contenidos y aplicaciones de tecnologías de información y comunicación*, específicamente en su capítulo primero refiere *las tecnologías de la información y comunicación en el estado plurinacional*, haciendo hincapié a los siguientes artículos:

Artículo 71. (PRIORIDAD NACIONAL).

Se declara de prioridad nacional la promoción del uso de las tecnologías de información y comunicación para procurar el vivir bien de todas las bolivianas y bolivianos.

Artículo 72. (ROL DEL ESTADO).

- I. El Estado en todos sus niveles, fomentará el acceso, uso y apropiación social de las tecnologías de información y comunicación, el despliegue y uso de infraestructura, el desarrollo de contenidos y aplicaciones, la protección de las usuarias y usuarios, la seguridad informática y de redes, como mecanismos de democratización de oportunidades para todos los sectores de la sociedad y especialmente para aquellos con menores ingresos y con necesidades especiales.
- II. Las entidades públicas deberán adoptar todas las medidas necesarias para garantizar el máximo aprovechamiento de las tecnologías de información y comunicación en el desarrollo de sus funciones.
- III. El Estado promoverá de manera prioritaria el desarrollo de contenidos, aplicaciones y servicios de las tecnologías de información y comunicación en las siguientes áreas:
 1. En educación, como medio para la creación y difusión de los saberes de las bolivianas y los bolivianos en forma universal y equitativa.
 2. En salud, como mecanismo para desarrollar el sistema de alerta temprana, bases de administración de recursos en salud y plataformas de acceso a la información y consultas del sector.
 3. En gestión gubernamental, como mecanismo para optimizar los sistemas existentes y crear nuevos para atender la demanda social, facilitar el acceso y uso intensivo de estos sistemas a nivel interno de cada unidad gubernamental, entre entidades gubernamentales, entre las ciudadanas y ciudadanos con las entidades gubernamentales.
 4. En lo productivo, como mecanismo para optimizar, hacer eficiente y reducir los costos de la economía plural debiendo desarrollarse aplicaciones de tecnologías de la información y comunicación.
 5. En comunicación e información, como mecanismo que permita garantizar los derechos a la libre expresión, a la diversidad de la palabra y a la participación activa, plural e informada de las bolivianas y los bolivianos.

Este apartado de la Ley General de Telecomunicaciones Tecnologías de Información y Comunicación de Bolivia, pone de relieve el desarrollo de contenidos que deben promocionar

los medios de comunicación, sea por radio, televisión, prensa escrita o aplicaciones tecnológicas, lo que enmarca el quehacer de los medios.

3.1.3 Ley N° 348 Integral para Garantizar a las Mujeres una Vida Libre de Violencia

Otra de las leyes que contribuyen a comprender la problemática en estudio es la Ley 348, pues esta regula y garantiza a las mujeres vivir sin violencia.

ARTÍCULO 1. (MARCO CONSTITUCIONAL).

La presente Ley se funda en el mandato constitucional y en los Instrumentos, Tratados y Convenios Internacionales de Derechos Humanos ratificados por Bolivia, que garantizan a todas las personas, en particular a las mujeres, el derecho a no sufrir violencia física, sexual y/o psicológica tanto en la familia como en la sociedad.

ARTÍCULO 2. (OBJETO Y FINALIDAD).

La presente Ley tiene por objeto establecer mecanismos, medidas y políticas integrales de prevención, atención, protección y reparación a las mujeres en situación de violencia, así como la persecución y sanción a los agresores, con el fin de garantizar a las mujeres una vida digna y el ejercicio pleno de sus derechos para Vivir Bien.

ARTÍCULO 4. (PRINCIPIOS Y VALORES).

La presente Ley se rige por los siguientes principios y valores:

1. Vivir Bien. Es la condición y desarrollo de una vida íntegra material, espiritual y física, en armonía consigo misma, el entorno familiar, social y la naturaleza.
2. Igualdad. El Estado garantiza la igualdad real y efectiva entre mujeres y hombres, el respeto y la tutela de los derechos, en especial de las mujeres, en el marco de la diversidad como valor, eliminando toda forma de distinción o discriminación por diferencias de sexo, culturales, económicas, físicas, sociales o de cualquier otra índole.

3. Inclusión. Tomar en cuenta la cultura y origen de las mujeres, para adoptar, implementar y aplicar los mecanismos apropiados para resguardar sus derechos, asegurarles el respeto y garantizar la provisión de medios eficaces y oportunos para su protección.
4. Trato Digno. Las mujeres en situación de violencia reciben un trato prioritario, digno y preferencial, con respeto, calidad y calidez.
5. Complementariedad. La comunión entre mujeres y hombres de igual, similar o diferente forma de vida e identidad cultural que conviven en concordia amistosa y pacíficamente.
6. Armonía. Coexistencia y convivencia pacífica entre mujeres y hombres, y con la Madre Tierra.
7. Igualdad de Oportunidades. Las mujeres, independientemente de sus circunstancias personales, sociales o económicas, de su edad, estado civil, pertenencia a un pueblo indígena originario campesino, orientación sexual, procedencia rural o urbana, creencia o religión, opinión política o cualquier otra; tendrán acceso a la protección y acciones que esta Ley establece, en todo el territorio nacional.
8. Equidad Social. Es el bienestar común de mujeres y hombres, con participación plena y efectiva en todos los ámbitos, para lograr una justa distribución y redistribución de los productos y bienes sociales.
9. Equidad de Género. Eliminar las brechas de desigualdad para el ejercicio pleno de las libertades y los derechos de mujeres y hombres.
10. Cultura de Paz. Las mujeres y hombres rechazan la violencia contra las mujeres y resuelven los conflictos mediante el diálogo y el respeto entre las personas.
11. Informalidad. En todos los niveles de la administración pública destinada a prevenir, atender, detectar, procesar y sancionar cualquier forma de violencia hacia las Pág. 3 de 50 mujeres, no se exigirá el cumplimiento de requisitos formales o materiales que entorpezcan el proceso de restablecimiento de los derechos vulnerados y la sanción a los responsables.

12. Despatriarcalización. A efectos de la presente Ley, la despatriarcalización consiste en la elaboración de políticas públicas desde la identidad plurinacional, para la visibilización, denuncia y erradicación del patriarcado, a través de la transformación de las estructuras, relaciones, tradiciones, costumbres y comportamientos desiguales de poder.

13. Atención Diferenciada. Las mujeres deben recibir la atención que sus necesidades y circunstancias específicas demanden, con criterios diferenciados que aseguren el ejercicio pleno de sus derechos.

14. Especialidad. En todos los niveles de la administración pública y en especial aquellas de atención, protección y sanción en casos de violencia hacia las mujeres, las y los servidores públicos deberán contar con los conocimientos necesarios para garantizar a las mujeres un trato respetuoso, digno y eficaz.

Esta Ley pone de manifiesto la equidad de género en todos los ámbitos de manera transversal.

3.2 Marco teórico

Para sustentar esta investigación, se abordó la teoría de representaciones sociales y el enfoque de género, las cuales aportaron a los objetivos que persigue este trabajo de grado.

3.2.1 Teoría de representaciones sociales

La investigación sobre la representación social tiene sus inicios en trabajos desarrollados por Moscovici (2002), entre el público francés sobre la representación social del psicoanálisis. Este autor publicó un libro que marcó la pauta en el estudio de las representaciones sociales: El psicoanálisis, su imagen y su público, donde formalizó la teoría de lo que se constituyó en un campo novedoso de investigación al interior de la psicología social.

Aunque el concepto de representación social puede encontrarse en diferentes textos de psicología y psicología social, su elaboración conceptual y formulación teórica es relativamente reciente y Moscovici citado en León (2002):

Define las representaciones sociales como: ...sistemas cognitivos con una lógica y lenguaje propios (...) No representan simples opiniones, imágenes o actitudes en relación a algún objeto, sino teorías y áreas de conocimiento para el descubrimiento y organización de la realidad (...) Sistema de valores, ideas y prácticas con una doble función; primero, establecer un orden que le permita a los individuos orientarse en un mundo material y social y dominarlo; y segundo permitir la comunicación entre los miembros de una comunidad al proveerlos con un código para el intercambio social y para nombrar y clasificar sin ambigüedades aspectos de su mundo y de su historia individual y grupal (p. 369).

La búsqueda de una comprensión adecuada del término representación, se ha enfocado hacia la revisión de diferentes teorías del conocimiento.

Respecto a las Representaciones Sociales, toma como referencia las interpretaciones del mismo a lo largo de la edad media y el renacimiento, para luego centrarse en la época moderna, en la que se asume, la representación como sustitución (Ibarra, 2000). Este significado de representación se corresponde con la Teoría de las Representaciones Sociales postulada por Moscovici.

Así para León, “la representación social corresponde a un acto del pensamiento en el cual el sujeto se relaciona con un objeto y mediante diversos mecanismos ese objeto es sustituido por un símbolo” (2002, p. 11.). El objeto queda representado simbólicamente en la mente del sujeto, esa representación social concebida como sustituto no requiere concebir al objeto representante como una mera adecuación, pintura o copia del objeto representado.

La representación social para Jodelet citado en Materán (2008), manifiestan lo siguiente:

Implica la transformación o construcción porque en el proceso de representación, los sujetos interpretan la realidad y esa interpretación está mediada por los valores, religión, necesidades, roles sociales, y otros aspectos socioculturales. Al interpretar esa realidad, no se copia sino que se transforma y se construye (p. 3).

Por tanto, la representación está asociada al lenguaje y a las prácticas sociales de determinado grupo cultural. En consecuencia, la información, las ideas que circulan en las comunicaciones interpersonales y mediante los medios de comunicación van moldeando y conformando nuestros modos de pensar y actuar.

3.2.2 Enfoque de género

Uno de los que marca un debate terminológico y filosófico en torno al término género es Stoller (2007), quien a finales de la década de los sesenta logra publicar el libro "Sexo y género" donde hace una evidente separación del sexo biológico del género social, lo que causa mucha polémica, marcando una oposición o tensión al respecto.

Alude que el sexo apunta a los rasgos fisiológicos y biológicos de ser macho y hembra, el género a la construcción social de las diferencias sexuales. Así, el sexo se hereda y el género se adquiere a través del aprendizaje cultural. Esta distinción abre una brecha e inaugura un nuevo camino para las reflexiones respecto a la constitución de las identidades de hombres y mujeres (p. 15).

Lo que se tiene claro es que el sexo hace referencia a la distinción biológica entre hombre y mujer, sin embargo, el género se adquiere mediante un proceso de construcción social y cultural.

Asimismo, Gil y Lloret, citados en un estudio denominado Violencia de Género en la Pareja: Una Revisión Teórica, elaborado por Alencar (2016), refieren:

El feminismo como movimiento intelectual quien se encarga de plasmar la evolución filosófica y política en torno a esta discusión, el concepto género marca la diferencia entre los sexos, designa tanto a los seres humanos en su conjunto como su división en dos categorías sexuadas. Se estaba haciendo necesario romper con la tradición que, al decir de Freud: "... la anatomía es el destino..." y hacer una distinción entre lo que depende de la naturaleza y lo que depende de lo social en la relación entre los sexos, separando por supuesto el hecho biológico de la construcción cultural (p. 52).

Esta postura, rompe el esquema planteado por Freud citado en Martín, "pues el feminismo como movimiento intelectual alude el hecho de que no hay distinción entre hombre y mujer simplemente por la anatomía y que está muy desligada en términos de género" (2014, p. 45). Por lo que este último abre un paradigma de equidad, igualdad y oportunidades de las personas independientemente si es hombre o mujer.

Por otra parte, en el marco del periodismo, la inclusión de conceptos como transversalidad de género, ha permitido minimizar las brechas entre desigualdad e iniquidad, para lo cual Fondo de las Naciones Unidas (UNICEF) en el 2017 expone que:

La transversalidad de género es la aplicación del principio de igualdad de trato y no discriminación y de oportunidades a las políticas públicas entre las personas que conviven en una sociedad, de modo que:

1. Se garantice el acceso a todos los recursos en igualdad de condiciones,
2. Se planifiquen las políticas públicas teniendo en cuenta las desigualdades existentes
3. Se identifiquen y evalúen los resultados e impactos producidos en el avance de la igualdad real (p.10).

Si bien el término transversalidad reza en los documentos de UNICEF, hay que cuestionarse si realmente el acceso de los presentadores en medios de comunicación se da en igualdad de condiciones, o existe aún la discriminación en el proceso, es así que la investigación busca analizar las representaciones de hombres y mujeres presentadores en los escenarios televisivos del contexto cobijeño si aún existen distinción de roles, actividades y funciones en estos espacios.

Desde esta perspectiva de género, asimismo el Fondo de las Naciones Unidas (2017) manifiesta que:

Desde hace unos años el movimiento de mujeres cuestiona de diferentes maneras a los concursos de belleza, por el esquema que sostienen convirtiendo el cuerpo de las mujeres en objeto a ser evaluado con paradigmas arbitrarios y por el daño que produce en las niñas y jóvenes la instalación de este modelo (p.14).

Los concursos de belleza, en gran medida, han sido una forma de incentivar los estereotipos y la violencia de género, ya que en gran medida estos eventos propician la percepción para las adolescentes que son el grupo más vulnerable busquen la perfección de sus cuerpos llevando a muchas a cometer acciones negativas para ellas mismas.

Por consiguiente, UNICEF (2017) alude que los medios de comunicación tienen bastante responsabilidad de la forma de manifestar y darle relevancia a los eventos de belleza, por lo que refieren lo siguiente:

Los medios reproducen, publicitando estos certámenes y los comentarios de quienes conducen los eventos, el valor social de un cuerpo tallado a imagen o semejanza de las ganadoras y estigmatizan a quienes no lo desean o a quienes deseándolo no lo logran, muchas veces poniendo en riesgo su vida y su salud, sobre todo en la pubertad y adolescencia (p. 11).

Es evidente, que estos eventos de belleza la relevancia se concentra en demostrar rostros bellos, cuerpos esculturales, dejando de lado lo subjetivo que deberían de ser, es decir, que sean espacios de fomentar valores a la sociedad, y no que las mujeres representantes sean vistas como objeto lo que provoca y genera violencia, desigualdad e inequidad a este grupo.

Asimismo, UNICEF hace referencia sobre los comerciales que publicitan alimentos en mostrar mujeres en el supermercado, lo que provoca una idea de ser de la mujer como forma de objeto.

Los supermercados muestran sus publicaciones a través de las mujeres como cocinando, lavando o planchando, modernizadas en su aspecto y siempre sonrientes y felices con el mismo mensaje que a mediados del siglo XX cuando se enaltecía a la “Reina del Hogar”. Las niñas jugando con su muñeca o aprendiendo a maquillarse “como mamá” son habituales en las tandas que se emiten en los canales infantiles. Y por último, aunque solo a modo de ejemplo, el cuidado de la familia siempre aparece como una responsabilidad exclusiva de una “madresposa” al decir de Marcela Lagarde (2017, p.11)

Es evidente que en la actualidad una serie de eventos como concursos de belleza, comerciales publicitarios, así como conductores de eventos, aun estigmatizan la presencia de mujeres bajo estereotipos de belleza, maternidad y labores de casa.

Existe avances de orden legal que han incorporado el enfoque de género en las políticas públicas, ampliando así, las perspectivas de cambio, lo que representa un salto cualitativo y paradigmático en la esfera pública planteando nuevos desafíos a la institucionalidad, al proceso de formulación y diseño de políticas y a las acciones públicas en el campo de la evaluación y seguimiento de las mismas (Faundéz, 2007). Es así, que se puede evidenciar que en los medios televisivos existe la participación de mujeres en los informativos formales y serios, a diferencia de otros años donde la mujer representaba los espacios de farándula, belleza, cocina, modelaje entre otros.

En las últimas décadas, numerosas investigaciones realizadas en el marco de disciplinas como la Sociología, la Psicología, la Antropología, etcétera, han procedido a analizar, desde una perspectiva de género, los contenidos difundidos por los medios de

comunicación, su influencia y la valoración que las personas destinatarias de los mismos realizan al respecto.

Una investigación realizada por Gonzales 2012, referente a la posición de hombres y mujeres en los espacios televisivos por lo que señala lo siguiente:

El objeto de nuestra investigación se enmarca en la dimensión de análisis del contenido, en otras palabras, se centra en la presencia de mujeres y hombres y en la imagen transmitida en los medios de comunicación sobre ambos. La propuesta lleva por título el género en los medios de comunicación: los discursos y las imágenes que las noticias de los diarios de la prensa escrita y los informativos de la televisión proyectan de los hombres y las mujeres, así como la presencia de ambos sexos en dichos medios (p. 980).

Se pretende comparar la presencia de mujeres y hombres en las noticias de los medios de comunicación que componen el universo del estudio: las portadas de los periódicos El País y El Mundo, y los telediarios de la noche de las cadenas de televisión TVE1 y Antena 3.

Otra investigación denominada mujer y medios de comunicación on-line. Un análisis de género, elaborado por Franquet, Luzon y Ramajo (2006), refieren que:

El objeto de estudio de nuestra investigación ha sido profundizar en la mediación que se establece por parte de los distintos agentes comunicativos en la producción informativa de los principales medios de comunicación on-line de nuestro país desde una perspectiva de género (p. 1).

Analiza la presencia de la mujer como periodista y como objeto de la información, examinando en detalle la representación de género en relación con las rutinas de producción periodística y los puestos directivos de las empresas analizadas, así como en la producción informativa de las ediciones on-line, con el propósito de conocer las características globales de la praxis informativa y su efecto sobre los contenidos informativos desde esa perspectiva de género.

Señalar la necesidad de profundizar en el análisis de las desigualdades de género presentes en los diferentes medios de comunicación social, abriendo un nuevo campo de trabajo centrado en los medios digitales.

La trayectoria de investigación en los medios de comunicación digitales ha evolucionado en los últimos 10 años, de las primeras aproximaciones teóricas e históricas se ha llegado a la construcción de un corpus teórico común a partir del cual pueden establecerse nuevas líneas de investigación que no estén ya centradas en el nacimiento o desarrollo de la tecnología y su aplicación, sino que nos permita construir conocimiento.

Una de esas líneas es la que vincula los medios de comunicación digitales con la variable de género, es decir, la representación de la mujer en estos medios. En esta investigación, que se enmarca dentro de esas nuevas líneas posibles de profundización del análisis, la variable de género la hemos estudiado desde una doble perspectiva: por un lado, la presencia y papel desempeñado por la mujer periodista en las redacciones digitales y, por otro, la mujer como protagonista de la información que vehiculan estos medios.

Martínez y García (2008), hacen referencia a los resultados de una investigación sobre la recepción de la imagen de las mujeres en los medios: una aproximación cualitativa, cuyo contenido es el siguiente:

Nos interesa conocer cuáles son los estereotipos de género que las mujeres valoran como discriminatorias y cuáles consideran como prácticas positivas respecto a la imagen de la mujer en la sociedad. Pretendemos generar pautas de conocimiento en tres vertientes: en la percepción y consideración de la ciudadanía frente a los contenidos mediáticos, comprensión de la participación social referente a dichos contenidos, y la valoración, efectividad y otras acciones que pueden ayudar a mejorar la representación de las mujeres en los medios de comunicación (p. 111).

Para indagar sobre la imagen femenina en los medios de comunicación utilizamos la técnica cualitativa de los grupos de discusión. Hemos optado por el conocimiento cualitativo porque nuestro objetivo esencial es aproximarnos a una realidad, entender las motivaciones del comportamiento social y las actitudes, en este caso, de las consumidoras en relación con la representación que los medios hacen de las mujeres. En cualquier caso, nos interesa analizar el discurso colectivo dirigido y conducido que se genera en los grupos de discusión.

Uno de los criterios de noticiabilidad que aumenta la discriminación de los medios en relación con las mujeres, según las integrantes de los grupos, es su presencia como víctima de

la violencia de género. El déficit generado en la representación femenina por este fenómeno, en concreto, se resume en dos aspectos: el primero, es la constatación del protagonismo de las mujeres en los informativos cuando han sido víctimas de agresiones.

El segundo se refiere al tratamiento informativo de las noticias con respecto a estos hechos. Existe un exceso de sensacionalismo en el tratamiento relativo a las mujeres y una ausencia del seguimiento de los casos y las consecuencias de las acciones de los agresores.

Por lo consiguiente, para García y Martínez (2008) algunas de las preocupaciones expresadas en el grupo son la difusión de estereotipos sobre las mujeres y su relación, casi exclusiva, con ámbitos privados (como responsables de las tareas domésticas y familiares) y el tratamiento que se hace de ellos en la publicidad. “Si ya pasas de los 20 años y no te ves estupenda, pues pasas al estereotipo de ama de casa, madre que compra detergente y pasa la aspiradora” (p.45). Una de los grandes estigmas que ha sufrido precisamente la mujer ha sido que por ser mujer su principal rol es de ser ama de casa.

Una investigación realizada por Calvo (2014), sobre la representación de la mujer y los roles de género en los informativos deportivos de televisión, en su resumen establece:

La televisión se muestra como una ventana abierta a la representación de una realidad en la que no todos/as se sienten identificados/as. El motivo de realizar esta investigación se debe a la observación de la marcada desigualdad entre hombres y mujeres en los informativos deportivos de televisión (p.111).

La intención es destapar por un lado, la baja representación de la mujer en estos espacios y por otro, la muestra de una mujer adscrita a roles y estereotipos tradicionales, sin embargo, algo que se destaca en el contexto boliviano es que se destaca la igualdad y equidad de hombres y mujeres en distintos espacios laborales, por lo que esto ha dado lugar a que muchas mujeres sean partes de distintas funciones y roles en los escenarios televisivos.

Asimismo, Calvo (2014) denota dos momentos, por lo que refieren lo siguiente:

En el primer caso, la abrumadora presencia del deporte masculino, especialmente el fútbol, excluye a todas aquellas mujeres y deportes en los que pudieran estar representadas. En el segundo caso, cabe destacar a la mujer como objeto sexual y como

madre entregada al beneficio de los demás; pero también son destacables los casos en que las mujeres son ridiculizadas o incluso ignoradas (p. 111).

Los resultados reflejan esta situación, que limita las posibilidades de la mujer del siglo XXI y perpetúa, al mismo tiempo, la visión androcéntrica del deporte. Su importancia radica en que los informativos deportivos de televisión llegan a una gran audiencia, y más grave aún, lo hacen de forma cotidiana, por lo que se hace urgente una muestra adecuada de la mujer.

3.3 Marco conceptual

En este apartado se desglosa una serie de conceptos y definiciones que permiten comprender las variables en estudio, es importante cada criterio establecido, pues las definiciones citadas por los diferentes autores permiten orientar al lector sobre el tema en estudio.

3.3.1 Medios de Comunicación

La temática abordada en la presente investigación está relacionada a la representación de género, y el escenario son los medios de comunicación Gresy (2008) siguiendo la idea refiere que:

Los medios de comunicación, y específicamente la televisión, participan de las nuevas condiciones de formación de identidades sociales en un contexto donde los grandes referentes se han debilitado. Son los principales creadores de efectos de verdad, de identificación social y de mediación en términos de la memoria que, en conjunto, generan materialidad, es decir relaciones o disposiciones de acciones concretas y efectivas (p.62).

Son estas las representaciones que favorecen a la difusión de las normas, conductas y valores en la sociedad.

Los estereotipos que se transmiten en televisión ayudan y brindan modelos a seguir y transmiten valores consensuados. Para ello Mattelart citado por Lagos y Antezana, (2013) plantea “connotar al género femenino con características específicas, los medios de

comunicación son agentes poderosos en la producción y renovación constante de la significación imaginaria del sexo femenino” (p.17). Tal es el caso de la publicidad representada por los canales televisivos tienen una responsabilidad enorme al representar a la mujer como medio de propagandas de consumos, de esta manera remitiendo ideas estereotipas de lo que significa mujer.

Un estereotipo es la caracterización simbólica y esquemática de un grupo, que se apoya en las expectativas y los juicios de práctica, por lo que Bonder, citado en Gasteiz (2014), alude que “los estereotipos de género constituyen las ideas que una sociedad ha construido sobre los comportamientos y los sentimientos que deben tener las personas en relación a su sexo y que son transmitidas de generación en generación” (2008, p. 38). Este enunciado conduce, en muchas ocasiones, a prejuicios sociales, favoreciendo las desigualdades entre géneros.

Por lo que para Galera, Cuklanz y Moorti citado en Lagos y Antezana “los medios de comunicación construyen, por tanto, creencias y opiniones que se estructuran como reglas sociales (normas o convenciones de construcción de la realidad de un grupo social) e influyen en la conciencia social, pudiendo transformarla” (2013, p.77). Las formas de discriminación y violencia contra mujeres y niñas se han multiplicado en el discurso televisivo.

La imagen es un medio poderoso del que dispone el ser humano para construir y ordenar su mundo interior. Tiene el poder de transformar al espectador y, quizás, llevar al espectador a identificarse con el modelo propuesto.

En la investigación realizada por Vargas (2012) analiza un conjunto de factores referente a los mensajes e imágenes emitidos:

Los mensajes e imágenes que emite, no representan adecuadamente a las mujeres pues privilegia la utilización de su sexualidad con fines comerciales y de rating, así como refuerza sus roles tradicionales en el ámbito doméstico, soslayando así la diversidad de voces e imágenes de las mujeres que hoy existen en la sociedad (p. 10).

La representación de la mujer en la sociedad es significativa, sin embargo en la actualidad aún está presente la desigualdad de género, la falta de consideración, reconocimiento y valor.

3.3.2 Género en la sociedad

Es necesario conocer cómo se manifiesta el género en la sociedad, pues para ello, Chávez (2004), en su publicación *Perspectiva de Género*, manifiesta lo siguiente:

El género es un concepto construido socialmente a partir del conjunto de ideas, creencias y representaciones que cada cultura ha generado a partir de las diferencias sexuales entre hombres y mujeres, características construidas han sido la causa de desigualdades, marginación y subordinación para la mayoría de las mujeres (p.45).

La perspectiva de género implica hablar de la relación equitativa entre ambos sexos, sabiendo respetar las diferencias biológicas, culturales, y, por tanto, lleva a entender las relaciones hombre-mujer desde otro punto de vista.

El feminismo comienza desde las ideas de la ilustración en el siglo XVII y XVIII Chávez (2004) refiere lo siguiente:

Cuando se planteaba que las mujeres tenían derecho a formar parte del gobierno, lo cual implicaba que se les considerara como ciudadanas en potencia y como entes que formaban parte de la sociedad; es decir, surgieron las ideas de no limitarlas al papel doméstico. Estos pensamientos permitieron profundizar en las ideas clásicas feministas del siglo XIX, que concluyeron hasta el siglo XX en los años sesenta, un nuevo feminismo en la década de los setenta que redundó en el surgimiento de las teorías de género en 1980 (p.5).

Desde años atrás surgió la necesidad de presentar a las mujeres como protagonistas de la historia ya que la historia particular de las mujeres forma parte de lo social, ya que representan los procesos de la vida cotidiana de un colectivo.

Los planteamientos en torno de la situación y el empoderamiento de las mujeres se fueron transformando en función de los procesos sociales que vivía el movimiento feminista; así surgieron:

El feminismo radical, de la igualdad liberal y de la diferencia, teniendo todos estos como denominador la búsqueda de la emancipación de la mujer y de la humanidad, para liberarlas de la opresión y la subordinación que impiden el pleno desarrollo de la ciudadanización de las personas. El feminismo fue modificándose de tal manera que da un salto de la igualdad que se planteaba en los setenta al feminismo de la diferencia en

los ochenta cuando comienza a cuestionarse los preceptos de la igualdad entre hombre y mujer y se esboza el reconocimiento a la diferencia (Chávez, 2004, p. 2).

En este contexto, dice Chávez, la mujer en cuanto a categoría de análisis se “redefinió en la categoría de género; esto implica el conjunto de relaciones sociales entre géneros, reconociendo las identidades femeninas y masculinas dentro del marco de respeto a las diferencias que guarda cada uno de los dos sexos” (2004, p.49). La identidad femenina se establece con el feminismo como movimiento social propiamente y que forma parte de un proceso histórico, lucha que surgiendo a partir del estallido de la Revolución Francesa.

Sin embargo, Montiel citado en Chávez manifiesta que el “género es una línea de análisis que permite observar, detrás de las diferencias sexuales entre ser mujer y ser hombre, se han construido desigualdades sociales, políticas, económicas y culturales” (2004, p.82). Esta manifestación posibilita entender la formación de la identidad como producto de un largo proceso que se va construyendo por la humanidad.

3.3.3 Representaciones Sociales

Para Bruel, las Representaciones Sociales son “conocimientos oriundos de nuestras experiencias y, simultáneamente, de las informaciones, conocimientos y modelos de pensamiento que recibimos y trasmitimos a través de la tradición, la educación y la comunicación social” (2008, p. 15). Delante de esta aseveración, queda evidente que esta clase de conocimiento lo van construyendo los individuos a partir de un intercambio de experiencias, y para ello tiene que haber una interrelación.

Asimismo Bruel (2008), añade que mucho tiene que ver la cultura de las personas, por lo que manifiesta lo siguiente:

Representaciones Sociales de género radica en hacer visible las creencias, los valores, los supuestos ideológicos que se establecen, con base en las diferencias biológicas, la adscripción diferenciada de características y roles sociales que sitúan a hombres y mujeres en posiciones distintas (p.8).

En sí, la representación social de género es el tema central del trabajo, que como indica el autor en la investigación se pretende describir y analizar aquella representación entre

hombres y mujeres en los informativos, y analizar si es que en el contexto de Cobija aún se mantienen aquellas ideologías que establecen la diferencia de la figura masculina y femenina a través de estos medios.

De acuerdo con Deaux, Echevarría y Valencia, citado en Bruel (2018), la identidad de género está inevitablemente inscrita en el desarrollo psicológico, trazándose muy tempranamente a partir del mensaje familiar y social junto a la propia imagen corporal, es decir, incorporada a la subjetividad individual.

La identidad de género está directamente asociada a un sistema de creencias sociales sobre el género que incluye creencias sobre la masculinidad y la feminidad; opiniones respecto a los atributos, creencias sobre el tipo de rol adecuado para cada sexo, así como la distribución de ocupaciones según la pertenencia sexual. La adquisición de la identidad de género es interdependiente con la adquisición de la propia identidad existencial (p.68).

La identidad de género depende y se forma a partir de la sociedad en que las personas viven, a través de sus creencias culturales.

En un estudio relacionado a la temática, desarrollado en la Universidad Mayor de San Andrés, tesis titulada “Análisis del Discurso desde una perspectiva de Género, para determinar los tipos de representación de imagen de la mujer en las notas periodísticas del Informativo Telepais de la Red Unitel de la ciudad de La Paz, realizado por Arias y Aspi considerando el periodo de agosto de 2004 para desarrollar la investigación.

La investigación prueba que bajo un conjunto sistematizado de categorías de análisis se puede llegar a determinar la forma de representación simbólica de la mujer a través de la imagen y el tipo de lenguaje que maneja un informativo local de la ciudad de La Paz.

Esta forma de análisis toma en cuenta que la comunicación es un campo de estudio muy amplio, por ello delimita los criterios de análisis asumiendo una perspectiva de estudio que pretende acercarse a la realidad actual de la mujer como referente informativo, por lo que para Arias y Aspi (2008) concluye que:

La imagen de las mujeres no sólo juega un papel vinculado simplemente al ámbito del hogar, más al contrario, como muestra el presente estudio, los roles que también son tomados en cuenta son los roles de la mujer ejecutiva, los cuales ya no son vistos de manera extraña y fuera de contexto, la que está estrechamente relacionada en los ámbitos políticos, económicos y sociales de nuestra sociedad, la que tienen un espacio de poder de decisión y muestra la capacidad intelectual que tiene (p.112).

Sin embargo, el análisis comprueba que todavía existe mucho camino por recorrer, ya que la imagen de la mujer objeto es manejada de manera frecuente en el informativo Telepais de la Red Unitel, La Paz. Este resultado va de la mano con el uso del lenguaje sexista que aún prevalece en el informativo mencionado.

El trabajo de investigación realizado por Arias y Aspi (2008) comprueba la hipótesis planteada:

La mujer en la televisión es un referente informativo representa la imagen de una mujer que tiene un acceso escaso en los ámbitos políticos y económicos. La participación de la mujer en el escenario informativo es restringida, es el hombre quien hace uso de la palabra en hechos que requieren toma de decisiones (p. 112).

Los resultados de la tesis sirven como una pauta fundamental para el estudio que se pretende realizar en los medios televisivos en la ciudad de Cobija, considerando que se demuestra que la representación de la mujer en el espacio informativo de la televisión es restringida.

Además, los estudios considerados en presente investigación nos servirán para determinar ciertos procesos metodológicos que los autores han utilizado para conseguir información oportuna tanto de primera mano cómo datos secundarios. Asimismo, las teorías que son fragmentos que fundamentarán la investigación desde un punto sociológico, psicológico que son partes de las ciencias sociales.

3.3.4 La desigualdad entre los sexos y la importancia de aplicar la categoría de análisis “género” en la investigación

Durante mucho tiempo se pensó, y en buena medida se sigue pensando, que las diferencias biológicas entre las mujeres y los hombres eran determinantes a la hora de

construir sus personalidades. Sin embargo, desde que apareció el concepto de género entendido como el conjunto de creencias y disposiciones sociales que establecen lo que una persona debe ser en función de su sexo biológico, la masculinidad, al igual que la feminidad, se han considerado construcciones sociales que proporcionan a los hombres y a las mujeres una identidad como colectivo.

A través del género la sociedad expresa las expectativas que tiene puestas en sus miembros según su sexo. Estas expectativas están constituidas por una serie de ideales a los que los sujetos deben aproximarse. Están compuestas por un conjunto intricado de normas, creencias, valores, costumbres y hábitos sociales que se encuentran presentes en el imaginario social.

Por lo que para Mayobre (2012) la identidad lleva consigo el concepto de género, pues también involucra ciertas subjetividades por lo que alude lo siguiente:

La configuración de la identidad personal es un fenómeno muy complejo en el que intervienen muy diversos factores, desde predisposiciones individuales hasta la adquisición de diversas capacidades suscitadas en el proceso de socialización y educación, pero sin duda un factor clave en la constitución de la subjetividad es la determinación de género, eje fundamental sobre el que se organiza la identidad del sujeto (p.20).

Hablar de identidad de género, es indagar el mundo interno y externo de las personas, pues con la Ley de 045 Contra el Racismo y toda forma de discriminación, se debe de ser precavidos al momento de hacer referencia a las personas por el respeto a la diversidad.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS

La tesis de grado tiene el propósito de analizar las representaciones de género que exponen los/as presentadores/as de noticias de informativos; en ese marco, se ha planteado tres categorías que responden a los objetivos específicos y que contribuyen al análisis de este problema en los canales de televisión que funcionan en la ciudad de Cobija del Departamento de Pando.

Por lo que, los resultados de la investigación han considerado las siguientes categorías: Rol de desempeño, nivel de participación, temas del informativo, características físicas, características profesionales y equidad de género.

Para generar el análisis respectivo, se han realizado entrevistas entre el 13 al 16 de agosto de 2019 a Directores de Canal, Presentadores de Informativos y Jefes de Prensa de los canales: 21 Televisión Universitaria (TVU), Canal 15 Sistema Pandino de Comunicación (SPC) y Canal 2 Universal de Televisión (UNITEL) lo que permitió exponer criterios sobre el rol y la forma de representación que caracteriza a un presentador de noticias. A continuación, se presenta los resultados logrados.

4.1 Roles de mujeres y hombres en la planificación y presentación de informativos

Por cuestiones metodológicas y para permitir un mejor análisis, en forma previa, se ha determinado dos sub categorías de análisis: el rol desempeñado y el nivel de participación en la realización de un informativo, por lo que a continuación se detalla los resultados de los mismos.

4.1.1 Rol que desempeñan los presentadores en los espacios televisivos

Los roles que desempeñan los funcionarios de un canal de televisión están relacionados con aspectos tales como nivel de profesionalización, esto es formación en un área específica, ya sea técnica operativa o periodística, en particular; sin embargo, en el caso puntual, también se identifican otros elementos que están relacionados precisamente con la formación, ya que muchos roles que requieren formación académica, no pueden ser completados, por la escasa presencia de talentos o por tema presupuestario.

Es por ese motivo que cuando se habla del desarrollo de roles, éstos se relacionan con los cargos que un funcionario desempeña en el medio televisivo.

El Director de Canal 21, refiere que siempre nos damos tareas, pero la persona más importante que realiza esta actividad es el jefe de prensa, es quien explica, el que da las pautas; las noticias que no se pueden perder y hay veces que no se la puede cubrir, pero que tenemos que conseguirlas como sea y esa es la persona que debe darle cobertura, porque es la noticia del día (Luis Balderrama, comunicación personal 14 de agosto. 2019). Por lo que se ha logrado percibir es que todos los servidores públicos de este espacio televisivo, sin considerar aspectos de género, cumplen con el rol principal de brindar cobertura a todos los acontecimientos que tienen cierta notoriedad para, posteriormente, ser transmitidos; es así que los roles según género no tienen relevancia.

El propio periodista también hace sus notas y tiene que tener un criterio de lo que va surgiendo en el día, no hay un formato, si bien la participación es de conocer que surge en el día, es el o la Jefe de Prensa quien explica y da las pautas del seguimiento y la posibilidad de cubrir las noticias de acuerdo a la coyuntura (Luis Balderrama, comunicación personal 14 de agosto. 2019). Sin embargo, a pesar que todos tengan sus roles o funciones en el informativo, es el jefe de prensa quien decide los contenidos a transmitir a la sociedad cobijeña.

Por su parte Camgal (2011), refiere que “la labor del periodista está asociada a la investigación de noticias o problemáticas de interés público y actualidad a través de diversas fuentes verificables para su difusión” (p.65). Esta postura tiene relación con los datos

expuestos por Balderrama, pues el Periodista es quien busca la verdad mediante un rigor investigativo e imparcial, basándose en fuentes fidedignas.

En relación a quien presenta las noticias de media jornada o nocturna, que se relaciona con el nivel de participación, la presentadora de televisión Claudia Pereira, señala que sobre las decisiones de quien define las noticias y las personas encargadas de la presentación de las noticias se produce de la siguiente forma:

El canal Universitario está definido por horario, en el de mediodía estoy yo como mujer y en la edición central que es en la noche está el Director que es un varón...Más allá de diferenciar las temáticas se diferencian por los horarios, posibilidad de llegar, entonces yo trabajo de manera continua desde la revista hasta el noticiero, es por eso que me quedo y el Director es lo contrario: él se queda hasta la noche para presentar el informativo; en este caso, la presentación de las noticias no está relacionada al género o las competencias de cada profesional encargado de este rol, si no al horario de trabajo (Comunicación personal, 14 de agosto. 2019). En el contexto del canal 21, se considera más la disponibilidad de tiempo de los presentadores, desde luego, como forma de organización entre el equipo de trabajo.

Sin embargo, Pérez citado en Salgado (2012), indica sobre la ética de un presentador o periodista en el desarrollo de construir y transmitir la información:

Un presentador no se improvisa y un buen presentador, mucho menos. Se precisa que tenga intuición, cultura, agilidad mental, habilidad para la repentización, facilidad de palabra e instinto periodístico. Tiene que saber preguntar, saber escuchar y saber interrumpir a tiempo. Debe poseer capacidad de síntesis, sentido del tiempo y de la medida, e imaginación y hasta gusto artístico. (p. 65).

Por una parte, Pereira refiere que los presentadores participan mediante el establecimiento de horarios asignados por el medio de comunicación, y no hace referencia al conjunto de cualidades que debe tener el presentador según la temática que se aborde en los noticieros.

Esta simplicidad, sin embargo, adquiere otras particularidades al momento de sopesar las características de lo que se genera dentro de lo que son las políticas universitarias a un

nivel mayor, donde hay una clara tendencia a lograr una cierta equidad de género, aspecto que sin constituir una norma escrita, reproduce lo que sucede en otros niveles, donde se considera importante la participación de la mujer a todo nivel, de ahí que no solo responde a un nivel organizativo, sino más bien a una posición adoptada en otras estructuras.

También no deja de ciertas discrepancias, posiblemente por la tendencia de un análisis superficial sin considerar otros aspectos y es así que este punto de vista del director y una funcionaria, presentadora en este caso, es casi similar al que señalan los jefes de prensa al referir sobre los criterios que se toman en cuenta al momento de planificar el informativo, cuando dicen que:

Nosotros realizamos nuestro informativo de acuerdo al acontecer diario, de acuerdo a lo que sucede en las cosas. Yo trabajo casi 15 años en este medio de comunicación y soy el que redacta las noticias y las pongo de acuerdo a las prioridades e importancia para la noche especialmente si son noticias nuevas, el tema de género para nosotros no se toma en cuenta, no hay relevancia si es varón o mujer, pero sí que sea de importancia, de interés público. (Comunicación personal, 14 de agosto. 2019). Este relato nos demuestra que no incide el género para que los informativos transmitan información a la sociedad, y que el esquema se basa en los contenidos de relevancia.

En una posición menos pragmática, respecto a la planificación, señala acerca de las funciones que realizan los hombres y las mujeres para la planificación de las noticias:

Se toma en cuenta ambas partes, tanto hombres como mujeres; actualmente en prensa tenemos a una señorita, el resto son todos varones, ella está como presentadora y periodista al mismo tiempo, ya está involucrada en todo, no se la deja a un lado de ninguna manera y además ella funge como sub jefa de prensa: cuando no está el jefe de prensa, ella asume el cargo. (Grover Hurtado, comunicación personal, 16 de agosto. 2019). Este relato nos demuestra que la mujer dentro de estos escenarios tiene una participación diversa.

Por su parte, Baqueros (2015), “refiere que el empoderamiento que han tenido las mujeres en la sociedad cada vez se acentúa más ya que han demostrado poder estar en

igualdad de condiciones con el sexo opuesto”. (p. 100). El hecho que una mujer haya asumido el cargo de subjefa de prensa, más aun tomando en cuenta que no se trata de una profesional y que tiene una experiencia corta en la televisión, muestra una pauta y una tendencia interesante que vale la pena tomarla en cuenta, puesto que se advierte, sin tener que ser muy meticuloso, que se abren interesantes posibilidades a la participación de la mujer, inicialmente y, es posible, que a que haya una mejor representación de género en la difusión de noticias.

Sin el ánimo de mostrarse indiferente, por una parte o exitista por el otro, se advierte una tendencia que es expresada en las respuestas que por su generalidad convergen en que las decisiones de qué noticias, quien las escribe y su jerarquía de presentación, es una decisión que corresponde a él o la Jefa de prensa, sea este hombre o mujer; las noticias se presentan de acuerdo a lo que ocurre en el transcurso de la jornada (Roxana Sánchez, comunicación personal, 15 de agosto. 2019). En los informativos, se presentan las noticias con mayor relevancia, independientemente del género, pero que tenga contenidos de trascendencia para el público.

Roxana Sánchez, que tiene el rol de Jefa de prensa y sobre la definición del presentador o presentadora del informativo, señala:

Pienso que debería haber una rotación, nuevas caras, pero de repente nos ha permitido eso, porque no había gente en Cobija donde podamos elegir, entonces de a poco se ha ido preparando gente para ello; lo bueno es que vienen otras promociones, eso es lo queríamos: que haya una competencia sana que permita que se mejore en el tema comunicacional. El principal actor podemos decir para que todos esos cambios y mejoras se vayan dando en la sociedad pandina sobre todo, porque los otros medios de a poco han ido agarrando y copiando, también mejorando la forma de hacer periodismo y comunicación en Cobija (Comunicación personal, 15 de agosto. 2019). A través de esta información se remite al pasado para conocer cómo era el procedimiento antes de su ingreso y el porqué de quienes se convertían en los encargados de presentar las noticias.

Sin embargo, en la actualidad, el departamento de Pando, Cobija particularmente, ha incrementado su población y en ese sentido, la afluencia en la carrera de Comunicación Social

en la Universidad Amazónica de Pando, va a generar que se promueva gente nueva y profesional en el área, y como indica la entrevistada, una competencia profesional sana.

En un preámbulo conclusivo, se puede señalar que el nivel de participación del jefe de prensa está relacionado con el rol que desempeña al encargarse de definir las noticias de acuerdo al trabajo periodístico, se seleccionan las noticias y se las emite en los informativos independientemente del horario, sin considerar el género del presentador, las condiciones o características de elegir al presentador se encuentra en función de las decisiones laborales, el horario de trabajo, bajo un formato en común.

En ese sentido, el discurso y las noticias tienen un aparente criterio unilateral. Desde esta perspectiva, parecería que en ninguno de los casos se ha planteado una acción participativa o la presentación de las noticias al Director del canal, es decir, con base a estos argumentos es el Jefe de Prensa quien tomaría la decisión en una especie de para programar las noticias a criterio personal.

Sin embargo, subyace una cuestión que es ineludible y no es otra que las políticas que tiene cada una de las empresas o entidades patrocinantes, ya sea del medio y de algún programa determinado, que ejerce su presión correspondiente y de la que ningún funcionario puede ser ajeno, ya sea por vía de instrucción cuando ingresa o por su propia experiencia al desarrollar algunos tipos de información *que no son adecuados para el medio o para el patrocinante*. No todo es blanco y negro, sino que a veces hay grises predominantes.

4.1.2 Participación en la realización de los informativos

Sobre el nivel de participación en las actividades del informativo generaron dos subcategorías: las políticas de información del canal y la equidad de participación de mujeres y varones en la presentación de noticias.

Sobre la participación en la definición de presentación de las noticias, Luis Balderrama, Director de Canal Universitario señaló lo siguiente:

Políticas establecidas como tal en el canal no tenemos, pero si, se trabaja con varias mujeres aquí en el canal diferentes ramas, tenemos presentadoras de televisión, conductoras de programas, tenemos mujeres que son camarógrafas de piso, tenemos la señora que es de limpieza, pero que también aparece en la televisión porque apoya en un segmento de cocina. Tenemos mujeres que son reporteras que recogen la información en las calles y si bien no esta tan equilibrado 50, 50 pero consideramos que hay un espacio para la mujer. (Comunicación personal, 14 de agosto. 2019). Las mujeres en el Canal Universitario tienen un interesante grado de participación en diferentes actividades del canal, se ha generado un espacio para la participación de la mujer y un equilibrio con respecto a las actividades y decisiones del hombre, un escenario atractivo de clima laboral en la toma de decisiones y la articulación de acciones que hacen parte de un medio de comunicación.

De manera similar, Yusara Melena, Directora Sistema Pandino de Comunicación, señala que existe una igualdad de género en las noticias presentadas, cuando refiere que:

Tratamos de manejar la igualdad, pero reitero que la noticia no la hacemos nosotros, nosotros la recopilamos, la noticia es el acontecer diario que genera opinión pública, entonces nosotros vamos y la rescatamos y normalmente las noticias no son hechas por el sector femenino, si hay noticias del sexo femenino, pero masivamente hay más noticias del sexo masculino porque ellos tienen más cargos, más oportunidades en un noticiero tal vez vas a mirar un 70% masculino y un 30% femenino ese es un dato sin revisar, imaginándome por el acontecer de todos los días, pero no es una discriminación que la hacemos nosotros, es una situación que la propia mujer de a poco va ganando su espacio (Comunicación personal, 13 de agosto, 2019). Una vez más, este relato nos permite evidenciar que los informativos del contexto Cobijeño se dan considerando las informaciones más relevantes y de importancia.

Por su parte, Califano (2015), indica que “no todos los hechos son transformados en noticia, sino sólo aquellos que resultan seleccionados por los medios para tal fin” (s.p.), pues bien, frente a la percepción de Melena y Califano no existen contraposiciones, afirman que:

Es evidente que las noticias *no se las fabrica*, sin embargo, para nadie es desconocido que de acuerdo a los intereses y políticas del medio, es posible *conseguir* fuentes confiables

sobre diferentes temáticas y el asunto de género no es la excepción, por tanto, no es tan evidente que los medios sólo cubren *lo que sucede*, puesto que esa es una acción de cobertura coyuntural y no temas de trascendencia que son coincidentemente reclamados por diferentes grupos sociales, entre ellos, sectores que propugnan el equilibrio e igualdad de género.

El nivel de participación que declara Melena, no está en función de quien la presenta, al contrario, quien la protagoniza, haciendo notar que la mayor relevancia lo tiene el varón por los espacios que se ocupa en la actualidad en la ciudad de Cobija, puesto que aún se mantiene una larga tradición de dominio masculino, sobre lo femenino, con algunas excepciones muy marcadas.

Sin embargo, Baqueros (2015), indica que “el empoderamiento que han tenido las mujeres en la sociedad cada vez se acentúa más ya que han demostrado poder estar en igualdad de condiciones con el sexo opuesto” (p. 65). En contra posición, esta mirada a nivel latinoamericano no es aun evidente en el medio local, pues los protagonistas de la mayoría de las noticias, están relacionados con cargos ocupados por varones, según lo establece Melena quien es Directora del SPC.

Esto se advierte cuando, al mismo tiempo, se produce una mirada a que los roles principales aún son conservados y protagonizados por el género masculino, *no se lo comprende como discriminación* señala la entrevistada, sin embargo, es un concepto que refuerza la temática de la equidad de género en la toma de decisiones y protagonismo de las situaciones a cualquier nivel: local, nacional o global.

En ese aspecto, la respuesta de Luis Balderrama, señalando el género que cubre más espacios en el informativo, hace la siguiente referencia:

En cuanto a fuentes, creo que hay más información que viene de fuentes masculinas por el mismo contexto en que se vive, si bien hay instituciones que están encabezadas por mujeres, por ejemplo la Vicegobernadora, ahora y Presidenta de Concejo, pero me da la impresión de que más aparecen varones (Comunicación personal, 14 de agosto. 2019). La comprensión se dirige al mismo punto de qué género promueve la noticia y se relaciona al

cargo o función que ocupa la persona, en la actualidad hace notar que las mujeres tienen mayor participación en las noticias y que genera una relatividad, por lo que desde el punto de vista de Balderrama existen divergencias respecto a lo que establece Baqueros.

Por lo tanto, al haber cambiado el rumbo de la consulta realizada durante la entrevista, queda sin un criterio el nivel de participación en la realización de los informativos, desde la mirada de los Directores de canales televisivos.

Sin embargo, la presentadora Dulce María Vasco, señala: Bueno yo fui evolucionando en el canal porque yo ingresé de cero en noticias, nunca en mi vida había tenido la oportunidad de presentar noticias y un día me invitaron a hacer el resumen y ahí se fueron dando cuenta de lo que yo podía hacer. Ya cuando me pasaron al noticiero meridiano que estoy actualmente, la verdad no sé, lo que yo escucho y hay veces me dicen es que lo hago bien, tengo ese tono, esa personalidad que debe tener una presentadora de noticia (Comunicación personal, 16 de agosto. 2019). En las entrevistas aplicadas, se ha logrado percibir que la mayoría de las mujeres que trabajan en los canales cumple más de una función, por lo que están incorporados en distintos espacios.

Referente a lo expuesto, Salgado (2012) refiere que “las cualidades necesarias para una comunicación eficaz se centra en la (...) credibilidad, honestidad, profesionalidad, experiencia, imparcialidad, buena voz, buena imagen, claridad, autoridad, confianza, personalidad, entusiasmo y tranquilidad” (p.25). En base a estas consideraciones, los encargados de designar a la persona que realizará la presentación, toman en cuenta algunas de estas cualidades en la presentadora Vasco.

La que designa es Rosa María junto con Grover Hurtado, que es el Jefe de Prensa y a veces se ponen de acuerdo y dicen quién va a presentar; también hace un tiempo estuvo presentando la otra chica Diane, que igual lo hace bien, pero así estamos en eso que hay veces presenta ella, otras yo, en este caso la participación en el noticiero depende de las decisiones del Jefe de Prensa quien se encarga del rol. Comúnmente en el noticiero de este canal, al medio día se tiene 2 presentadoras de televisión que interactúan con las noticias, sin embargo, su participación está establecida a las capacidades que ha ido desarrollando en el canal que

hacen que se tome la decisión de que pueda presentar las noticias (Comunicación personal, 16 de agosto, 2019). Lo relevante de los datos proporcionados durante la entrevista, es que se toma en cuenta a las mujeres para participar en la presentación de noticieros, pues esta información está ligada a lo que establece Baqueros sobre el empoderamiento de las mujeres en Latinoamérica.

De igual forma, siendo parte del mismo canal de televisión la fuente Ronald, señala: Bueno ya tenemos equipos designados obviamente, nosotros hicimos una pre selección, porque el canal paso por varias etapas, en los últimos tiempos nosotros apostamos inclusive a la gente joven, creo que somos el único canal privado que apuesta a la gente joven, dando la oportunidad a los Estudiantes de Comunicación Social que puedan hacer sus prácticas acá, pero más allá se trató de seleccionar a lo mejorcito para darle esa oportunidad que los mismos estudiantes de la carrera estén acá y puedan a futuro ser excelentes licenciados cada uno en su área. (Comunicación personal, 16 de agosto. 2019). El entrevistado afirma que el canal privado genera espacios de oportunidad a estudiantes de la carrera de comunicación social siendo los jóvenes la apuesta para esta proyección, ese rostro es evidente en las presentaciones de los informativos como la Revista de la Mañana.

En correspondencia a lo expuesto, Taddei indica que “las empresas que quieren estar a la moda se hacen llamar organizaciones de aprendizaje, término que se refiere a una cultura empresarial que valora la capacitación constante” (2011, p. 80). Frente a esta posición es importante señalar que, sin quitarle el mérito a lo que señalan los entrevistados, también se refiere a un tema económico, ya que los primeros meses, se trata de un entrenamiento, donde los postulantes, generalmente por un semestre, no perciben un salario y luego empiezan con el mínimo para ascender luego, después de una evaluación.

Por otro lado, los jefes de prensa comentan cual es el nivel de participación y el rol de desempeño en los informativos y señalan lo siguiente:

Se lo ha definido de forma democrática, en consenso con todos, eso lo define la gerente administrativa en coordinación con el jefe de prensa, bajo la aceptación del personal que está siendo designado, no está obligado, si esa persona no puede, no se la obliga, se busca otra si

la respuesta es ambigua, se comenta sobre la forma democrática de decisión, pero al mismo tiempo hay una asignación de la gerencia administrativa, sin embargo, nadie es obligado a nada (Grover Hurtado, comunicación personal, 16 de agosto. 2019). En UNITEL, es evidente que la participación es de forma democrática y sin presiones.

Reynaldo Biraca, indica que es más extensa en su participación y señala que la definición del presentador del informativo está de acuerdo a lo siguiente:

Pienso que debería haber constantemente nuevas caras, pero de repente nos ha permitido eso, porque no había gente en Cobija de la cual podamos elegir, entonces de a poco se ha ido preparando gente para ello, lo bueno es que vienen otras promoción, eso es lo que queríamos que haya una competencia sana que permita que se mejore en el tema comunicacional, gracias a Dios; el Canal Universitario creo que ha sido siempre el puntal, el principal actor podemos decir para que todos esos cambios y mejoras se vayan dando en la sociedad pandina sobre todo, porque los otros medios de a poco han ido agarrando y copiando, también mejorando la forma de hacer periodismo y comunicación en Cobija (Comunicación personal, 13 de agosto. 2019). Se puede distinguir dos aspectos desde este punto de vista, la primera que hace una referencia de las características que tienen algunos presentadores en cuestión de la forma de presentarse y la inversión que se hace en la imagen porque implica que su forma de presentarse es parte de la identidad del canal, un aspecto que no es considerado por las personas que llevan adelante el medio televisivo.

Lo segundo hace referencia a la competencia sana que genere mejorar el tema comunicacional, haciendo hincapié en las nuevas promociones de la Universidad: el propósito es el de aportar a la sociedad del Departamento, de mejorar el periodismo y la comunicación, un precepto y visión importante.

El nivel de participación y el rol de desempeño desde la mirada de los Directores se amplía al señalar no solamente sobre la actividad de presentación de las noticias, sino de quien se encarga de decidir sobre las noticias que se van a presentar en el informativo y las actividades igualitarias entre hombres y mujeres dentro del canal, señalando que la mujer está generando mayor participación.

Sobre la presentación de noticias, los presentadores tienen otra mirada respecto del nivel de participación. Se define la presentación por el horario según lo que señala la presentadora de Canal Universitario y en canal UNITEL es un tema de dar oportunidad a las generaciones jóvenes, en su mayor parte fueron mujeres.

Una mirada similar que señala la jefa de prensa, Roxana, explica que debería ser una constante los nuevos rostros en la presentación de informativos, un ejemplo para otros canales que sin duda se advierte esa actitud de nuevas oportunidades a los estudiantes de la carrera de comunicación social, pero por sobre todo quien toma decisiones sobre las noticias del informativo es el o la jefa de prensa, no se considera el género, es el cargo al cual se recurre por sus funciones (Comunicación personal, 15 de agosto. 2019). En ese sentido, el rol que desempeñan en los informativos los presentadores es el de informar, la decisión de las noticias que van en los noticieros es función del jefe de prensa, sin importar el género. La presentación de las noticias se define por los horarios según el canal y la oportunidad de incorporar a los estudiantes de comunicación.

4.2 Temáticas de género de mayor o menor representación en los informativos

Con relación a las características del discurso que se transmite en los canales de televisión y los temas que se presentan en los informativos, se puede inferir los siguientes resultados a partir de las respuestas que dieron los informantes, que permitió analizar las representaciones de los presentadores de acuerdo a las temáticas de género.

4.2.1 Equidad de información en los escenarios televisivos

Luis Balderrama, en su calidad de Director de Canal, señala que: La línea que se sigue, al margen de que se tiene que ser imparcial y ese tipo de situación que tiene que haber en un medio de comunicación, lo principal que se exige aquí en el canal es la responsabilidad, pero si bien, es cierto que todos tenemos nuestro corazón de cierta manera vamos a influir a un lado a otro, el tema de la imparcialidad me parece que no es como tal (Comunicación personal, 14 de agosto. 2019).

Sin embargo, señala también que el personal de prensa y a la gente que trabaja en producción que hacen los programas sean lo más responsable posible, en el momento de realizar la información tenemos que despojarnos de todo, nuestras creencias nuestros gustos, nuestras inclinaciones inclusive políticas, porque al final es un medio de comunicación y mira toda la sociedad y para ello, se tiene que tener un alto nivel de responsabilidad para no caer en ciertas situaciones porque después la misma población te cuestiona (Comunicación personal, 14 de agosto. 2019).La imparcialidad es una de las características es un tema fundamental pero complejo de sobrellevarlo por la subjetividad de los presentadores a los cuales se les exige responsabilidad.

En ese sentido, es importante que las personas que trabajan en el canal se despojen de las creencias propias, alejarse de las inclinaciones personales y políticas para no perjudicar en las noticias, sin embargo, la responsabilidad es una de las particularidades que se debe considerar como elemento principal.

Por su parte, Yusara Melena, señala que el canal tiene el siguiente criterio: No es un discurso, pero tratamos de abocarnos a la ley que defiende los derechos de la mujer, los derechos de la no violencia. Hay otra violencia que no se ve, por ejemplo se está trabajando mucho en Cobija, la vicegobernadora está trabajando mucho ese tema como algo prioritario el tema de embarazo en adolescentes, ella ha hecho un estudio, una investigación en la que se ha descubierto que la mayor parte de las violaciones son por parte de personas cercanas a las víctimas ya sean padrastros, tíos, por gente allegadas a las familias, compadres. Es un tipo de violencia muy grave y las autoridades están queriendo hacer que sea una política pública para aminorar el embarazo en adolescentes, en esas cosas nosotros apoyamos mucho la educación iniciativas de competencia por ejemplo 2 veces al año hacemos las olimpiadas del saber donde participan chicos, chicas, incursionando y apoyando lo que es un poco el tema educativo (Comunicación personal, 13 de agosto. 2019).Si bien, señala que no hay un discurso como canal, pero se adhiere a la justicia y la defensa de la mujer,

Por lo que, resalta la imagen de la Vice gobernadora como parte de esta proyección, al ser mujer es considerable que se apropie como bandera y quiera representar, coloca en descubierto las características de este tema fundamental pendiente; al mismo tiempo hace una

referencia sobre el apoyo a la educación con las olimpiadas del saber a estudiantes de colegios y unidades educativas de la Ciudad de Cobija.

En relación a los presentadores, Claudia Pereira, señala: En mi caso concretamente cuando estamos haciendo la presentación de alguna noticia sobre feminicidio indicamos que una vez más se liberó una persona sindicada de ser un violador, entonces como línea del medio no presentamos la noticia de manera tan fría con una incidencia” (Comunicación personal, 14 de agosto. 2019).

Por su parte Dulce María Vasco, señala: Pienso que no tenemos un criterio específico sobre la equidad de género, hasta el momento que llevo trabajando ahí no; trato de ser imparcial, no es que me voy a basar sólo en esto, voy a hacer conocer sólo una parte de la noticia, para mí que la población merece conocer todo lo que pasa en la ciudad (Comunicación personal, 16 de agosto. 2019). Una de las presentadoras, del canal universitario comenta que las noticias no se presentan de manera fría, una posición personal que le da identidad al canal, algo similar es el accionar de la otra presentadora al tratar de ser imparcial al presentar las noticias

Con relación al mismo tema, la jefa de prensa, Roxana Sánchez, señala: Yo creo que el canal TVU tiene un posicionamiento más especial, se va posicionando cada vez más en la región y eso es lo que se ha logrado, hemos pretendido ser un referente en la región y de alguna manera ya hemos logrado aquello, porque las personas que llegan a la ciudad de Cobija nos preguntan si es el canal a universitario? (...) entonces ya es una referencia, por tratar de manejar la información de manera equilibrada (Comunicación personal, 15 de agosto. 2019). Una respuesta que fortalece el criterio de la presentadora del canal, la característica especial es la distinción de cada periodista, entendiéndolo que es la presentadora o el presentador el que genera un acercamiento e identidad en la presentación de las noticias.

Pero además de este aspecto, considera que el Canal Universitario está generando un posicionamiento como canal que está llegando a tener repercusión en las personas que visitan Cobija, en ese sentido, las acciones de inversión, de visión comunicacional son necesarias para ampliar el quehacer de la televisión.

La temática que se transmite con frecuencia, según Yusara Melena, depende de la época, por ejemplo en enero siempre la llegada de un nuevo año las expectativas por los cambios en los cargos siempre desde el gobierno cambia de ministro, mueve su gabinete. A nivel departamental también mueve, las noticias se genera en ese sentido y en febrero la noticia es el carnaval, no es que todo gira en torno del carnaval, se le da mayor atención a cada evento, así todo va en función a las fechas, en abril por ejemplo por el día del niño y en mayo se le da más atención a la mujer por el día de la madre; obviamente que existen las otras noticias de impacto que surgen todos los días que no se las espera (Comunicación personal, 13 de agosto. 2019).

Las noticias que se presentan en el canal dependen de la temporada o la fecha representativa coyuntural, se le da énfasis desde ese punto de vista, sin embargo, no se deja de lado las noticias que acontecen al día, hace una referencia lo gratificante de una noticia agradable como también conflictiva, el tema central en la actualidad es lo político por lo que hace que el noticiero genere información en ese ámbito.

En general parecería que no hay una línea de acción definida por los canales de televisión en Cobija y que las noticias que se trabajan responde a una simple coyuntura y no a una planificación en el mediano y largo plazo con objetivos y metas claras, lo que se traduce muchas veces en la difusión de información intrascendente y poco significativa para un público que se ha convertido en exigente y ello determina que los niveles de audiencia tengan una tendencia descendente, dado que es poco lo que se entrega en función informativa.

Se advierte ciertas tendencias en el canal Universitario, como se comentó anteriormente, que aparentemente obedecen en forma implícita a criterios que maneja la Universidad Amazónica de Pando.

Por su parte, los presentadores expresan sus criterios de la siguiente forma. La Lic. Claudia Pereira refiere que los temas que se informan con mayor frecuencia son policiales, siempre lamentablemente, y Dulce María Vasco, refiere que hay diferentes fuentes si vamos a hablar temas políticos, temas policiales, temas de barrios y podría decirse denuncias y reclamos y se clasifica, y por último Ronal señala:

Siempre tratamos que se abarque todos los aspectos de la información, ojo digo información, porque nuestro medio de comunicación siempre se ha caracterizado por informar no comentar, directamente lo que a ellos se les sugiere por favor verter lo que genera la noticia, no aumentar un comentario extra, porque ahí pierde el valor la noticia, la información. En general las noticias se generan solas, pero tenemos tres equipos de prensa y cada equipo tiene su área para cubrir, entonces de esa manera logramos que sea variada la información (Comunicación personal, 16 de agosto. 2019). Hay que entender que el hecho de tener “información variada” no necesariamente expresa que haya un cierto equilibrio en cuanto a las cuestiones de género, puesto que ese aparente equilibrio por sí sólo no expresa equidad.

4.2.2 Frecuencia de la información

Sobre la frecuencia de las noticias que se presentan en los informativos se advierte que las policiales y políticas son las más usuales, sin embargo, no están al margen noticias que se relacionan con los barrios de la ciudad, uno de ellos que es parte de Canal Unitel señala que se informa sin generar o aumentar un comentario porque el criterio es que pierde el valor.

Por su parte los jefes de prensa señalan lo siguiente, Roxana Sánchez, alude sobre la clasificación de los temas del noticiero:

Mucho depende de las temáticas que vamos a tocar, entonces la vamos a clasificar dependiendo de la temática: si es tema de salud tenemos que saber a qué nivel queremos la información, si es temas administrativos hay que buscar al Director de SEDES por ejemplo, si es tema de alguna enfermedad en particular tenemos que buscar el programa o la unidad que maneja ese tipo de enfermedad que está con el problema, se tiene que buscar la persona correcta (Comunicación personal, 15 de agosto. 2019).

Con relación a los tipos de temáticas se presentan con más frecuencia, dice: tenemos un mercado muy pequeño, entonces todo lo que se genera en Cobija, si bien hay cosas que de repente no son tan noticiosas, pero la tenemos que compartir en las noticias, por el mismo hecho de que todavía es un lugar pequeño de repente más adelante, va a ver esa oportunidad de seleccionar algunas cosas, desechar alguna información, pero de momento todo lo que se va

cubriendo, se la considera y no hay tanto, ese filtro que se debería ser de alguna manera, lo que predomina de alguna manera son más las noticias que generan las organizaciones (Comunicación personal, 15 de agosto. 2019). La clasificación es uno de los criterios que se considera para tomar decisión sobre el nivel y la temática que se va a presentar en el informativo, al ser Cobija una ciudad pequeña, genera noticias de todo tipo, en ese sentido, se clasifican las noticias, pero es una constante el hecho contextual y coyuntural de Cobija.

En esa línea, Reynaldo Viraca señala sobre la clasificación: Nosotros de acuerdo al contexto y la coyuntura del momento, yo tengo mi fuente y voy directo con ellos, primero converso y apartó un momento para hacer la entrevista sobre la importancia del momento. (Comunicación personal, 13 de agosto. 2019). Las fuentes, son temas importantes para generar noticia, según el jefe de prensa de Canal 15, se visita a la fuente principal coordinando con la Directora sobre la temática que se está investigando para la presentación en el noticiero, es decir, siempre existe una coordinación de la información que se va a buscar como la información que se va a transmitir a la sociedad.

En ese sentido, la temática que se presenta en los noticieros depende de la temporalidad que vive coyunturalmente la ciudad de Cobija, este criterio es evidente cuando se revisa los noticieros y comúnmente se observan casi las mismas noticias, es evidente también el criterio de la clasificación por la diversidad de noticias que se han generado para que se las puede presentar.

Sin embargo, con mayor frecuencia se encuentran temas políticos y policiales, y la ciudad de Cobija, al ser una población pequeña no genera una cantidad y variedad de noticias que sature un informativo, es por eso en su clasificación puede ingresar de todo dependiendo del formato y al estructura que adopta el canal.

4.3 Exposición de género en los informativos televisivos meridianos de la ciudad de Cobija

Por último, en relación a la categoría sobre la exposición de los presentadores en los informativos televisivos según su género, se sub categorizó en las particularidades físicas,

profesionales y la equidad de género como sub unidades de análisis; en ese marco, las respuestas fueron variadas y se señalan las siguientes consideraciones desde el punto de vista de los directores.

4.3.1 Características físicas

En relación a este aspecto sobre las características para ser presentador o presentadora del informativo, el Director Luis Balderrama señala lo siguiente:

Buscamos siempre una persona que tenga un buen manejo de la expresión, tanto corporal y verbal, eso es esencial. En otros canales tal vez habrá otros para pantalla, pero aquí no, no hemos tomado en cuenta en el canal, yo soy uno de los que presenta con Claudia y no sé si somos atractivos, haciendo una reflexión no hemos valorado ese tema, pero para mí el principal requisito es que tenga un buen dominio del léxico; las otras exigencias creo que no son tan importantes, porque a veces se puede tener una buena presencia, pero no saber expresarse de manera correcta, no saber formular preguntas (Comunicación personal, 14 de agosto. 2019). Las exigencias del estereotipo físico de los presentadores está exento de tomar decisiones sobre quien las presenta de acuerdo a este tipo de criterio.

Por lo consiguiente, lo más importante según el criterio del Director es el dominio del léxico como principal requisito, el presentador debe tener un manejo en la expresión corporal y verbal, un aspecto valedero al reconocer que son los aspectos que de fuera el ser humano percibe para generar una discriminación o selección de lo que desea ver o escuchar.

A su turno, Yusara Melena, señala las características de un presentador según el siguiente criterio: Para ser presentador tienes que tener manejo de público, hay gente que tiene terror de las cámaras, no podés poner a cualquiera por más que tenga una cara bonita, el presentador es la cara del medio, tiene que tener buena expresión, los antecedentes también son importantes, porque no puede tener unos antecedentes malos, cuidar la imagen (Comunicación personal, 13 de agosto. 2019). Un criterio parecido al anterior, en ese caso el manejo y la postura ante las cámaras es importante fuera de tener un rostro bien parecido, la expresión es importante.

Pero además aumenta un criterio que trasciende en lo profesional que es el manejo del testimonio de vida, el cuidado que se debe tener porque de alguna forma, los canales de televisión adoptan su imagen en relación al rostro que presenta las noticias o presta su rostro en determinado momento en el medio de comunicación.

Su posición con respecto a este criterio del estereotipo que se considera en el canal es el siguiente, desde la opinión de Dulce María Vasco, sobre si para presentar noticias se tiene que tener una cara bonita, un cuerpo bonito, señala:

Siempre dicen en el canal vos sos el rostro del canal y al decir rostro te imaginas una cara bonita o un físico bonito, pero más allá de eso yo he visto en medios nacionales que hay mujeres que no son tan bonitas de cara digamos, pero tienen esa facilidad de manejarse delante de las cámaras, son totalmente alegres y demuestran el manejo que tienen delante de cámaras, pero un poco en cuestiones del físico hablando digamos del cuerpo, yo creo que si un poco aunque no lo hallo tan importante, pero yo creo que más allá del físico es muy importante ponerle las ganas, la inteligencia para poder hacer bien tu trabajo (Comunicación personal, 16 de agosto. 2019).

El criterio que señala es que no es determinante la belleza física para la presentación de las noticias, pero destaca una duda sobre este punto porque trasciende en el sentido de que, la cámara generalmente hace parecer a la persona que está en la televisión más robusta de lo que en realidad es, y se convierte en un tema de crítica, pero al mismo tiempo, hay una impresión sobre la imagen del canal como lo mencionábamos anteriormente y este tema se convierte en analizar ¿Qué tan importante es la forma de vida del o la presentadora de noticias?, es generar una carga mediática a la persona que ha sido contratada para presentar las noticias entre otras actividades, pero no para ser la imagen del canal, sería importante conocer si el criterio de la imagen debe estar vinculado con la presentación del informativo.

4.3.2 Capacitación de los presentadores de los informativos

En relación a la capacitación, Luis Balderrama señala lo siguiente para la selección de su personal, al tratarse de un medio de comunicación estatal:

Depende de la Universidad y uno de los principales requisitos que se debe cumplir es tener título a nivel licenciatura o a nivel técnico porque es de la única manera que se puede ingresar o estar en cursos superiores y que tenga el aval que son estudiantes de la carrera después para los varones lo que siempre se exige libreta de servicio militar, lo demás es tener conocimientos básico de paquetes audiovisuales al tratarse de un medio de comunicación y lo último que es muy esencial: que sea una persona con compromiso, persona dinámica, que sepa trabajar bajo presión como corresponde en un medio de comunicación (Comunicación personal, 14 de agosto. 2019). Entre los requisitos que en todo trabajo institucional se solicita es tener un título profesional, en el caso de los varones la libreta de servicio militar como lo exige el estado, pero una característica que también es necesario es el manejo de paquete audiovisuales y ciertos aspectos axiológicos de la persona, compromiso, dinámica y el trabajo bajo presión que es una constante en un medio de comunicación.

Por su parte Yusara Melena, sobre el tema señala: Lo primero que yo me fijo para la selección de mi personal es la vocación de servicio, yo tengo un ojo clínico para eso, si quieres trabajar conmigo tiene que tener tres cosas: ser responsable, ser puntual y honesto y así trabaja años, porque yo también le doy lo que usted quiere, hacemos un contrato de pago el primero recibe su sueldo el quince recibe su quincena, sus beneficios sociales, todo lo que la norma exige (Comunicación personal, 13 de agosto. 2019). La valoración que exige la Directora del canal se basa en la responsabilidad, honestidad y puntualidad, sin embargo, hace hincapié en la vocación que debe tener un comunicador dentro la institución.

En Canal Universitario, Roxana Sánchez, hace referencia a ciertas políticas sobre la contratación del personal:

Conozco aquello, en un principio nosotros teníamos conocimiento que se actuó mucho con quienes salimos de la primera promoción de comunicación, participamos bastante en el tema del canal universitario, porque precisamente fue cuando nació la idea de querer construir y crear un canal universitario, que si o si, la universidad debería tener, entonces ha sido una lucha de la carrera misma, el hecho de tener el canal universitario junto con nuestros docentes, en aquel momento el licenciado Aparicio y la licenciada Ingard que era la Directora del Área

de Ciencias Sociales, entonces ha sido una necesidad más, que se ha visto y nosotros hemos sido los precursores, como estudiantes, entonces creo que no había tanto.

Por lo consiguiente, señala que el pasar de los tiempos, nosotros como canal, como miembro del canal universitario nos sentimos alejados de esa situación cuando deberíamos de dar algún tipo de sugerencias, generalmente se maneja más en la dirección de comunicación, antes teníamos mayor participación, pero ahora de a poco hemos tenido menos participación (Comunicación personal, 15 de agosto, 2019). El protagonismo de los que iniciaron en un inicio el canal universitario ha perdido participación y se ha convertido en un tema administrativo manejado por la Dirección de comunicación de la universidad, las sugerencias sobre los requisitos, entiende la entrevistada, deberían ser escuchadas para hacer la contratación de personas que ingresarán al canal.

4.3.3 Equidad de género

En relación a la equidad de género se consultó si hubo algún tipo de discriminación, por lo que la informante Yusara Melena, señaló:

Creo que en el día a día hay muchas, pero siempre se tiene que hacer prevalecer sus derechos y sobre todo tratar de no discriminar, estoy cuidándome en eso, subir es difícil y lo más difícil es mantenerse, nuestra casa televisiva tiene 18 años, vamos para el 19 en marzo y estamos con el rating más importante en la ciudad de Cobija, ese es el resultado de todo un equipo, no trabajo sola, trabajo con varias personas, es el éxito de la perseverancia, la responsabilidad, la no discriminación, aquí si pregunta hay paceños, cochabambinos, pandinos, benianos, no hay problema siempre que tenga la vocación de servicio (Comunicación personal, 13 de agosto, 2019). El criterio que adopta sobre la discriminación es general al considerar un hecho actual en Bolivia, sin embargo, en relación al canal no hay una selección del lugar del cual viene el profesional, lo que importa es la vocación de servicio y el trabajo que se va a demostrar de acuerdo a las funciones dentro el canal.

En relación a las experiencias de las presentadoras, Claudia Pereira, refiere: Sexista, más o menos que no les importó si lo hice bien la presentación de la noticia, no les importó se

hable de forma correcta no les importó si estaba ejerciendo mi profesión, pero me criticaron por qué por ejemplo una blusa escotada se fijó más en eso que las otras cosas otros aspectos.

Es una utopía que nosotros nos vestimos como queramos y salgamos de nuestras casas y en qué la incidencia del albañil a la hora de silbar o del televidente hora de prestarme atención y tendría que ser así, yo considero que hasta en las publicaciones del Facebook que me criticaron, porque me estaba poniendo con escote, una falda muy corta y yo me pregunto porque me critican si a mí me gusta; yo me voy a hacer vieja y voy a engordar y ya no me voy a poder poner ese tipo de ropa, yo quiero usar ahorita y ahora resulta que no puedo porque le incomoda a la gente porque él o ella presta más atención en lo que estoy haciendo y no de mí vestimenta, admito que no he sentido ningún otro tipo de discriminación. (Comunicación personal, 14 de agosto, 2019). Considera que si ha sentido discriminación por la forma de vestir en el canal o en su red social y se siente afectada porque la crítica está en función de este criterio y no en la forma de manejarse dentro el canal de manera que no tiene libertad en su forma de vestir algo que para ella tiene cierta importancia, fuera de este aspecto no tiene otro criterio o tipo de discriminación.

Algo similar sobre el físico, Dulce María Vasco, señala “bueno hasta el momento algunas críticas por el tema como que te descuidas y subís un poquito de peso y te dicen, “pucha estas medio gordita”, cosas así, pero de ahí otras discriminaciones no” (Comunicación personal, 16 de agosto, 2019). Si bien es corta la respuesta de la presentadora del canal paralelo, si se percibe una forma de discriminación y crítica al físico de la persona, si bien los anteriores comentarios no resaltan como importante este tema, indirectamente crea cierta relevancia y presencia en la imagen que muestra el canal con sus presentadores de los noticieros, a nivel nacional, se percibe que hay una tendencia a mostrar una imagen o un estereotipo de presentadores de televisión que si bien no es latente en la ciudad de Cobija, crea cierta direccionalidad a este aspecto.

Al respecto Roxana Sánchez, señala: Algunas veces sí, antes con mayor fuerza sentía, por qué siempre las veces que teníamos algunas reuniones de colega casi siempre yo era la única mujer, si bien tenía dos, tres compañeras, pero no asistía mucho, pero siempre éramos pocas mujeres, hoy me alegra muchísimo cuando yo veo estudiantes mujeres de

comunicación, me alegra mucho que hemos ido avanzando de a poco en ese sentido. He visto varias mujeres que están en otros medios de comunicación y ya trabajando, están en el ejercicio, pese que todavía tienen algunos ajustes, que tienen que hacer porque no han culminado la carrera, porque todavía les falta prepararse, pero ya están en el ejercicio ya lo están haciendo y eso es un gran logro, me agrada muchísimo porque cuando hay mayor cantidad también se genera una competencia sana y eso es bueno, porque exige que las personas que se vayan preparando más, más esfuerzo, busquen mejorar sus conocimientos y yo creo que a la larga de a poco se va a lograr, si bien falta, pero estamos en el camino y se ha logrado tanto y se ha avanzado (Comunicación personal, 15 de agosto, 2019). La participación de las mujeres en el área de comunicación se ha incrementado y ese ejercicio de profesión genera expectativa.

Ciertamente la preparación es un factor importante y que no debe ser descuidado hay un camino transitado, un avance en un equilibrio en la participación activa de la mujer en los medios de comunicación, ciertamente es un criterio que anteriormente tenía un realce al identificar que las mujeres en un canal cumplen funciones similares al de un varón.

En ese marco, se advierte que el estereotipo del presentador de noticias se convierte en un elemento de reflexión para saber si será un requisito para la contratación de un presentador de noticias de un informativo, sin embargo, en este momento no está claro, el realce se hace más en el género femenino, por eso en su momento se habla de inversión que no está alejado de los varones tampoco, ciertamente este aspecto también se convierte en un hecho de discriminación y sostiene un tipo de visión comunicacional, y se pone en anteloa nuevamente el hecho de analizar si la imagen de la persona es del medio televisivo, que tan trascendental se convierte este hecho ya que es la imagen que más representa al canal, que tan complejo es tener una profesión en que de alguna forma su crítica mediáticamente ciertos aspectos que son personales.

Sin embargo, es importante entender que un presentador o presentadora es una figura pública y de alguna forma debe responder a una audiencia que considera darle una personalidad a su medida.

Conclusiones

A continuación, se presentan las conclusiones respecto a cada uno de los objetivos de la presente investigación referido a las representaciones de género en los informativos que se traducen en las siguientes conclusiones:

Análisis del papel que desempeñan las mujeres y hombres en la planificación y presentación de los informativos meridianos en canales televisivos de la ciudad de Cobija.

No se advierte un rol destacado en lo que corresponde a las mujeres en la planeación de los programas y contenidos que se presentan en los informativos de los canales de televisión en Cobija.

Se podría señalar que hay un trabajo mecanicista, lejos de lo que podría significar una actividad creativa y recreativa en forma cotidiana, y se sujetan a lo que sucede en la coyuntura, e incluso se advierte una falta de seguimiento a temáticas que podrían considerarse de interés por sus repercusiones en la temática de género.

Las connotaciones para esta actuación se podrían identificar, aunque no sea definitivo, que hay un predominio de la cultura machista muy acentuado aún, pese a los avances que se ha logrado en materia legal, empoderamiento, su presencia y otros, pero cuya incidencia, en cuanto a equidad, hayan mostrado cambios poco significativos y esto se traduce en las temáticas que abordan los informativos diarios, a partir de la versión de los mediadores, los periodistas, jefes de prensa y presentadores/as.

Y no se trata de que se trabaje en la planificación con poco sentido, a pesar de sus formas de improvisación que se advierte en muchos casos, de tratar de dar una buena cobertura, empero parece que el tema tiene que ver una mayor profundidad y un análisis no adecuado del asunto, lo que lleva, en la mayoría de los casos, a ignorar la temática o a restarle importancia.

Esta falta de “pensar en o con género” lleva a simplificar las cosas y que él o la jefe de prensa no haga un poco de esfuerzo por imaginar o repensar otras formas de orientar a quienes en forma cotidiana salen a las calles para obtener las noticias, coyunturales, para rellenar espacios sin mucho contenido.

Respecto de la participación de mujeres y hombres en la planificación de los informativos meridianos, no existe una prevalencia en función del género en la toma de decisiones, pues en los medios de comunicación de la ciudad de Cobija, es el jefe de prensa el que se encarga de definir las noticias de acuerdo al trabajo periodístico, selecciona las noticias y se las emite en los informativos independientemente del horario.

Por otra parte, el rol que desempeñan en los informativos los presentadores es la de brindar los datos, la decisión de las noticias que van en los noticieros es función del jefe de prensa, no importando el género, la presentación de las noticias es un tema de definición de horarios según el canal y la oportunidad que se da a los estudiantes de comunicación social de la Universidad Amazónica de Pando.

Descripción de temas que según el género tienen mayor o menor representación en los informativos

Con la anterior perspectiva, no debe causar mayor extrañeza que la temática que abordan las noticias en los informativos de la televisión cobijeña, tengan una preponderancia masculina y en muy contadas, pero escasas oportunidades, se haga mención a autoridades o hechos donde haya protagonismo femenino, de acuerdo a lo que expresan los datos colectados en la investigación.

Las representaciones de género, por tanto muestran un sesgo que en mucho, refleja la concepción generalizada y naturalizada, de un predominio de género masculino sobre el femenino, sin que esto cauce mayor inconveniente o llame a la reflexión y se cuestione esta direccionalidad, ya que es parte de las concepciones de todos y todas en este contexto local de cobija.

Y lo curioso del caso, es hay una interesante presencia femenina en los canales de televisión cobijeña, ya sea en función de propietaria, jefas y sub jefas de prensa y que no decir en la presentaciones de los informativos.

Lo anterior lleva otra eventual conclusión y es que la presencia femenina, aún en posiciones de decisión, en este caso en los canales de televisión, no tiene mucha significación en cuanto a la direccionalidad y opciones que éstas el dan para desarrollar una probable equidad de género.

Un elemento que es posible esgrimir, desde la posición de quienes son los y las operadores de transmitir información, sea que los acontecimientos donde hay protagonismo femenino es poco común y muy esporádico, empero hay que entender que los acontecimientos no siempre están a “a flor de piel”, sino que transcurren en otros ámbitos que requieren una actitud abierta e investigativa para poder encontrarlos.

Se asevera que existe “temporadas”, o épocas donde hay una cierta realización de acontecimientos que acaparan las expectativas de la población y que constituyen la agenda de los anales de televisión en Cobija. Por otro lado, las noticias recurrentes están relacionadas con asuntos policiales, barriales y gremiales y comerciales, además de algunos asuntos políticos de la coyuntura.

Como se podrá identificar, no se podría hablar de una agenda que generan los medios y más bien es dejarse llevar por los acontecimientos del día a día o de la temporada y que se van a reflejar en las noticias del día a día.

Los temas más relevantes están en torno a la coyuntura de la ciudad, pues existen temporadas donde se aborda los sucesos de orden político, sin embargo los más frecuentes son temas policiales, situación de los barrios y organizaciones sociales, así como también se presentan temas de prevención de la violencia promovidos por distintas instancias gubernamentales. No existe una diferencia temas según el género, pues los mismos son abordados según surja la información.

Describir de la exposición de género en los informativos televisivos meridianos de la ciudad de Cobija

Un hallazgo interesante que se logra a través del trabajo de campo, es que no hay una planificación definida o una política que establezca la necesidad o una priorización a los temas de género, incluso al haberse puesto en vigencia una ley que tiene una estrecha relación como es la del embarazo precoz, desarrollado durante esta gestión a partir de una iniciativa de la subgobernación departamental.

Lo anterior lleva, como una secuencia, a que la temática de género sea minimizada o se encuentre ausente en la exposición que se hace de ella en los noticieros de la televisión pandina.

Para brindar un mayor sustento a la afirmación anterior, vale la pena reflejar algunos criterios que son expuestos en los resultados, como aquellos que hay “temporadas” o épocas para ciertas temáticas, e incluso en este calendario temporal, la de género está ausente en su exposición.

En forma esporádica, cuando hay algún asunto referido a feminicidio, o alguna infracción normativa respecto a mujeres adolescentes, suele tener alguna repercusión, pero como se podrá advertir, suele suceder en forma poco regular, afortunadamente, pero tampoco constituye un hilo conductor que acerque a explicar las causas profundas que generan este fenómeno o problema.

Lo rescatable, en este caso, es que no se llega al extremo de utilizar la temática de forma poco adecuada, aunque eso también ha sido un proceso de aprendizaje que los propios mediadores han tenido que ir desarrollando en su actividad laboral.

Se puede concluir señalando que las representaciones de género aún no han alcanzado un nivel expectable en la televisión pandina a causa de los elementos analizados con anterioridad y seguramente ello debe exigir un profundo análisis para comprender a cabalidad la necesidad de insertar como parte de la agenda pública, pro necesidad y derecho, de esta

temática que ahora se encuentra en la el “centro de la tormenta” y que requiere una atención urgente.

El nivel de participación y el rol de desempeño sobre la actividad de presentar noticias así como el de disipar quien se encarga de decidir sobre las noticias que se van a presentar en el informativo y las actividades igualitarias entre hombres y mujeres dentro del canal, es dada por el nivel del cargo actual es el varón sim embargo la mujer está generando mayor participación.

Recomendaciones

Se recomienda a los medios de que promuevan el debate y análisis sobre la necesidad de incluir, en forma regular, noticias e investigaciones sobre la temática de género.

Se recomienda a las Directores de medios de comunicación, promover la participación de los presentadores en la toma de decisiones para la selección de temas, bajo formatos establecidos por el canal.

Los canales de televisión deberían repensar sobre la forma en que los presentadores se capacitan, tanto en cultura general, mejor atención a su vestimenta y que son figuras públicas que deben respeto a su audiencia.

Se recomienda a la Universidad Amazónica de Pando promover convenios de cooperación interinstitucional para que los estudiantes de Comunicación Social puedan desarrollar prácticas formativas en los distintos canal televisivos bajo el enfoque de género.

De igual forma, la carrera de Comunicación Social puede considerar esta investigación como base, para poder realizas ajustes y complementaciones en su diseño curricular.

Referencias Bibliográficas

- Alencar, R. (2016). Igualdad, Equidad de Género y Feminismo, una mirada histórica a la conquista de los derechos de las mujeres. *Revista CS (18)*, 52. Recuperado de https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/revista_cs/article/view/1960/3000.
- Arias, D. (2019). Técnicas de Recolección de Datos en entornos virtuales más usadas en la Investigación Cualitativa. *Revista Rie (24)*, 10. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/2833/283321886011.pdf>.
- Arias, P. y Aspi, K. (2008). La Presencia de Estereotipos en los Medios de Comunicación: Análisis de la Prensa Digital Española. *Revista de Comunicación de Madrid (4)*, 112. Recuperado de <http://www.madrid.org/cs/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application/pdf&blobheadername1=ContentDisposition&blobheadervalue1=filename%3Dmujer+en+medios+digitales>.
- Baqueros, E. (2015). *El papel y la inclusión de la mujer en Latinoamérica*. Recuperado en: <https://www.telesurtv.net/news/El-papel-y-la-inclusion-de-la-mujer-en-Latinoamerica-20150306-0057.html>
- Bruel, T. (2008) *Representaciones Sociales de Género: Un estudio psicosocial acerca de lo masculino y lo femenino*. (Tesis Doctoral). Recuperado de https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/3965/27615_bruel_dos_santos_teresa_cristina.pdf?sequence=.
- Calvo, E. (2014). La representación de la mujer y los roles de género en los informativos deportivos de televisión. *Revistas Evsal (8)*, 111-111. Recuperado de <http://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/11814>.
- Camgal, R. (2011). Los Periodistas y el Periodismo. *Revista española (5)*. Recuperado de: <https://m.monografias.com/trabajos89/periodistas-y-periodismo/periodistas-y-periodismo.shtml#elgeneropa>
- Califano, B. (2015). Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político. *Revista Scielo (4)*. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/rmop/n19/2448-4911-rmop-19-00007.pdf>.
- Chávez, J. (2004). *Perspectiva de Género*. México: Plaza y Valdez
- Estado Plurinacional de Bolivia. Ley Integral para Garantizar a las Mujeres una Vida Libre de Violencia, N° 348. (9 de Marzo de 2013).
- Estado Plurinacional de Bolivia. Ley General de Telecomunicaciones, N° 164. (8 de agosto del 2011).

- Estado Plurinacional de Bolivia. Constitución Política del Estado. (25 de Enero de 2009).
- Faundéz, A. (2007). *Qué entendemos por enfoque de género?*. Recuperado de <http://www.inefop.org.uy/docs/Enfoque%20de%20Genero.pdf>.
- Franquet, R., Luzón, V., y Ramajo, N. (2006). *Mujer y medios de comunicación on-line. Un análisis de género. Análisis y propuestas en torno al periodismo digital. Huesca: Ayuntamiento de Huesca/Asociación de la Prensa de Aragón.*(Tesis doctoral). Recuperado de http://fama2.us.es/fco/digicomu/37_7.pdf
- Finol, R. (2009). La Triangulación como Procedimiento de Análisis para Investigaciones Educativas. *Revista electronica de Humanidades, Educación y Comunicación Social* (7). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3063110>.
- Flores, G. (1999). Las mujeres y los medios de comunicación. *Revista Andamios* (2), 25-28
Recuperado de http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100762.pdf
- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, (2017). *Comunicación, infancia y adolescencia: Una guía para periodistas.* Recuperado de https://www.unicef.org/argentina/sites/unicef.org/argentina/files/2018-04/COM-1_PerspectivaGenero_WEB.pdf
- Gasteiz, V. (2014). *Estudio sobre la percepción del sexismo en la publicidad entre alumnado adolescente de la comunidad autónoma de Euskadi (cae).* Recuperado de: <http://www.coordinadoradelamujer.org.bo/observatorio/archivos/repositorio/Estudiosobrelapercepciondelsexismoenlapublicidad27.pdf>.
- Gil, A., y Hasan, V. (2014). La Comunicación con Enfoque de Género, Herramienta Teórica y Acción Política. Medios, Agenda Feminista y Prácticas Comunicacionales. El Caso de Argentina. *Revista de Estudios de Género. La ventana* (43), 52-142. Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/884/88446717009/html/index.html>.
- Gisbert, E. (1979). *La televisión digital terrestre en Bolivia: Retos para la recién llegada.* Bolivia: Llapay
- Gresy, L. (2013). El papel de los medios de comunicación en las democracias. *Revista Andamios* (2), 62. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S187000632005000200001.
- González, C. (2012). El Género en los Medios de Comunicación: La Imagen de Mujeres y Hombres en la Prensa y en los Informativos de la Televisión. Planteamiento de la Investigación. *Revista Comunicación y Género* (10), 980. Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/34424/Pages%20from%20LIBRO%20ACTAS%20I%20CONGRESO%20COMUNICACI%3%93N%20Y%20G%3%89NERO-7.pdf?sequence=1>

- Hernández, A. (2010). *Los esquemas culturales: una propuesta teórico metodológica para el estudio de la identidad en jóvenes pescadores de Armería*. México: Colma.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). México: Mexicana.
- Ibarra, C. (2000). La Acción Social en la Edad Media y el Renacimiento. *Revista Andamios* (5), 12-15. Recuperado de <http://www4.ujaen.es/~aespadas/TEMA5.pdf>.
- Koria, C. (2005). Porqué Investigar y Cómo Conducir una Investigación. *Revista Scielo* (31), 89. Recuperado de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-95022013000400056.
- Lagos, C. y Antezana, L (2013). Discusión internacional sobre género y televisión. *Revista Andamios* (2), 17-77. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870006320050002000.
- León, M. (2002). Representaciones sociales. *Revista Geoenseñanza* (13), 11-369. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/164787638/Leon-M-2002-Representaciones-sociales>.
- Martin, S. (2014). *Concepto de género: de las teorías feministas a las políticas públicas*. (Tesis Doctoral). Recuperado de https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/127430/DHDFJMP_MartinBarderaS_Conceptodegenero.pdf;jsessionid=045B0A2F8D5D51FA11DA7B3E7810279F?sequence=1
- Martínez y García (2008). La recepción de la imagen de las mujeres en los medios: una aproximación cualitativa. *Revista Comunicación y sociedad* (10), 111. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2008000200005.
- Materán, A. (2008). Las representaciones sociales: un referente teórico para la investigación educativa. *Revista Geoenseñanza* (2), 243-248. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/164787638/Leon-M-2002-Representaciones-sociales>.
- Mayobre, P. (2012). Revista Venezolana de Estudios de la Mujer. *Revista Scielo* (12), 40. Recuperado de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-37012007000100004.
- Moscovici, A. (2002). Las representaciones sociales: un referente teórico para la investigación educativa. *Revista Geoenseñanza* (13), 369. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/360/36021230010.pdf>.
- Quintana, A. (1999). Las tecnicas mas sencillas y las utilizadas para la investigacion cualitativa. *Revista tiempo de Educar* (12), 34. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/311/31121089006.pdf>.

- Rogge, M. (1989). Redes sociales y relaciones interpersonales en internet. *Revista Fundamentos en Humanidades* (24), 112. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/184/18426920010.pdf>.
- Salgado, A. (2006). Investigación cualitativa: Diseños, evaluación del rigor metodológico y retos. *Discover bysubject area*. recuperado de https://www.researchgate.net/publication/28235566_Investigacion_cualitativa_Disenos_evaluacion_del_rigor_metodologico_y_retos
- (2012) El presentador de noticias: las cualidades necesarias para una comunicación eficaz. Recuperado de <https://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=25&articulo=25-2005-101>
- Stoller, R. (2007). Teoría de Género. *Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales* (2), 15-20. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/cccss/10/>
- Taddei, D. (2011). La gestión del conocimiento: un nuevo enfoque en la gestión empresarial. *Revista Scielo* (13), 12-15. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352005000600004
- Tamayo, J. (1998). *La población y su desarrollo*. Mexico: Cordillera.
- Vargas, M. (2012). Análisis de la imagen de las mujeres en la programación televisiva transmitida en Lima. *Revista Blog Mediática* (5) 10. Recuperado de <http://www.concortv.gob.pe/file/informacion/mediatica/2012-04-mery-vargas-analisiimagen-mujeres-programacion-televisiva-lima.pdf>

Anexos

Anexo 1

Fotografías de aplicación de instrumentos



Anexo 2

Solicitudes de ingreso a canales televisivos

Señor.
Lic. Luis Iver Valderrama Balcazar
DIRECTOR Y PROPIETARI CANAL (TV U)
Presente.-

Ref.: SOLICITUD DE INGRESO AL CANAL PARA REALIZAR TRABAJO DE CAMPO DE TESIS DE GRADO

De mi mayor consideración:

Por medio de la presente me dirijo a su persona, con el motivo de solicitar muy respetuosamente el ingreso a su prestigioso Canal de Televisión Universitaria (TV U), con el objetivo de obtener información primaria para sustentar la realización de la Tesis de Grado denominada "Análisis de las Representaciones de género en los informativos televisivos de la ciudad de Cobija, Gestión 2019".

Agradeciendo de antemano su gentil atención, saludo a usted con las consideraciones más distinguidas.

Atentamente,


Ezilandia Nascimento Ferreira
R.U. 19577
**ESTUDIANTE 10º SEMESTRE
COMUNICACIÓN SOCIAL**



C.c. Arch.

Cobija, 13 de agosto de 2019

Señor.
Lic. Álvaro Pinedo Suárez
DIRECTOR Y PROPIETARI CANAL (11 UNITEL COBIJA)
Presente.-

Ref.: SOLICITUD DE INGRESO AL CANAL PARA REALIZAR TRABAJO DE CAMPO DE TESIS DE GRADO

De mi mayor consideración:

Por medio de la presente me dirijo a su persona, con el motivo de solicitar muy respetuosamente el ingreso a su prestigioso Canal (11 UNITEL COBIJA), con el objetivo de obtener información primaria para sustentar la realización de la Tesis de Grado denominada "Análisis de las Representaciones de género en los informativos televisivos de la ciudad de Cobija, Gestión 2019".

Agradeciendo de antemano su gentil atención, saludo a usted con las consideraciones más distinguidas.

Atentamente,


Ezilandia Nascimento Ferreira
R.U. 19577
**ESTUDIANTE 10º SEMESTRE
COMUNICACIÓN SOCIAL**


Lic. Rosa María Laviver Solís
Catedrática de Comunicación y Audio
P.U.C. Canal 11

C.c. Arch.

Cobija, 12 de agosto de 2019

Señora
Lic. Yusara Melena Revollo
DIRECTOR Y PROPIETARIA CANAL 15 (SPC)
Presente.-



Ref.: SOLICITUD DE INGRESO AL CANAL PARA REALIZAR TRABAJO DE CAMPO DE TESIS DE GRADO

De mi mayor consideración:

Por medio de la presente me dirijo a su persona, con el motivo de solicitar muy respetuosamente el ingreso a su prestigioso Canal (SPC), con el objetivo de obtener información primaria para sustentar la realización de la Tesis de Grado denominada "Análisis de las Representaciones de género en los informativos televisivos de la ciudad de Cobija, Gestión 2019".

Agradeciendo de antemano su gentil atención, saludo a usted con las consideraciones más distinguidas.

Atentamente,


Ezilandia Nascimento Ferreira
ESTUDIANTE 10MO SEMESTRE COMUNICACIÓN SOCIAL
R.U. 19577

C.c. Arch.

Anexo 3

Guía de entrevista

Investigación “Análisis de las Representaciones de Género en los Informativos Televisivos de la Ciudad De Cobija, Gestión 2019”

Dirigida a los/as Presentadores de los Informativos

Analizar el papel que desempeñan las mujeres y hombres en la planificación y presentación de los informativos meridianos en canales televisivos de la ciudad de Cobija.

- ¿Quién define la asignación de fuentes para la elaboración de las noticias?
- ¿Cómo se clasifican las fuentes de información?
- ¿Cuáles son las funciones que realizan las mujeres y hombres en la planificación de las noticias?
- ¿Quiénes definen a las personas encargadas para la presentación de las noticias?
- ¿Cómo son las oportunidades de capacitación y asenso laboral entre hombres y mujeres?
- ¿Cómo maneja el aspecto de género en el informativo meridiano?
- ¿Cómo participan los presentadores en la planificación de las noticias para el informativo?
- ¿Considera que hay una igualdad de salarios entre hombres y mujeres?

Describir los temas que según el género tienen mayor o menor representación en los informativos.

- Qué tipo de temáticas se presentan con más frecuencia en los informativos meridianos
- ¿Con que frecuencia se abordan temas de género en el informativo?

- ¿Tiene instrucciones de sus superiores para promover temas inclusivos en el público?

Describir la exposición de género en los informativos televisivos meridianos de la ciudad de Cobija.

- ¿Cuál es el discurso que se transmite en el informativo y se aborda contenidos de género?
- ¿De qué manera y con qué frecuencia es instruido para que tenga el informativo afinidad con contenidos de género?
- ¿Considera que la imagen que transmite al público tiene un lenguaje importante para reforzar o definir estereotipos de género?
- ¿Qué tipo de discriminación se presenta en el ejercicio de su profesión?

Dirigida a los Productores de los canales Televisivos

1. ¿Cómo y quién define las fuentes, entre varón y mujer, para la elaboración y presentación de las noticias?
2. ¿Qué criterios se toma en cuenta al momento de planificar la programación del informativo en cuanto a presentación?
3. ¿De qué manera instruye al presentador que tenga una cierta afinidad con contenidos de género?
4. ¿qué estereotipos considera que se transmiten con mayor frecuencia en el informativo?

Dirigida a los dueños

Qué aspectos considera para la selección del personal

¿Cuáles son las características para ser presentador y presentadora del informativo?

¿Cuáles son las características para ser productor y productora del informativo?

¿Qué políticas de igualdad de género tiene en el canal?

Anexo 4

Guía de observación

Nº 1. PRESENTADORES

Nº	Nombre del Canal	Fecha		
	Comportamiento a observar	Nunca	Alguna vez	Siempre
1				
2	La imagen que transmite al público tiene un lenguaje importante para reforzar o definir estereotipos de género			
3	El presentador es hombre y/o mujer	M F		
4	Dirige el informativo del meridiano de manera adecuada			
5				
6	maneja el aspecto de género en el informativo meridiano			
7	Promueve contenidos de género en el informativo meridiano.			

Anexo 5

Matriz metodológica tesis, categorías de datos cualitativos

TÍTULO:					
Problema de Investigación	Formulación de la pregunta de investigación	Objetivo General	Objetivos Específicos	Categorías	Sub categorías
			Describir el rol que desempeñan los presentadores en la planificación y presentación de los informativos televisivos.	Rol de desempeño	Toma de decisiones Ejecución de decisiones
				Nivel de participación	Políticas de información Equidad de participación
	¿Cómo se manifiestan las representaciones de género de presentadores en los informativos televisivos de la ciudad de Cobija?	Analizar las manifestaciones de las representaciones de género de presentadores en los informativos televisivos de la ciudad de Cobija.	Identificar los temas que se presentan en los informativos de acuerdo al género.	Temas del informativo	Político Deportivo Cultural Farándula
Explicar la exposición de los presentadores en los informativos televisivos según su género.			Características físicas		Vestimenta Estereotipo físico
			Características profesionales	Capacitación y/o formación Requisitos	
				Equidad de género	

Matriz Análisis de respuestas de entrevistas en profundidad

FUENTE	CATEGORÍA	SUB CATEGORÍA	RESPUESTAS	SÍNTESIS
A				

Estamentos entrevistados según rol

	CANAL 15 SPC	CANAL 21 TVU	CANAL 2 UNITEL
DIRECTOR	Yusara Melena (B)	Luis Balderrama (A)	
PRESENTADOR		Claudia Pereira (C)	Dulce María Vasco (D) Ronal (E)
JEFE DE PRENSA	Biraka (F)	Roxana Sánchez (G)	Grover Hurtado (H)
PRODUCTOR	Jairo (I)		

Anexo 6


Acta de validación de instrumentos de recolección de datos

ACTA DE VALIDACIÓN

ACTA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO	
MUNICIPIO DE COBIJA	CANAL TELEVISIVO
LUGAR: CANAL 15 (SPC)	FECHA 13/08/19

En la ciudad de Cobija, a horas 17:00 del día 13 del mes de agosto en oficinas del canal Sistema Pandino de Comunicación (SPC), se procede a la validación de los instrumentos (encuestas y guía de observación), de la tesis de grado titulada **“ANÁLISIS DE LAS REPRESENTACIONES DE GÉNERO EN LOS INFORMATIVOS TELEVISIVOS DE LA CIUDAD DE COBIJA, GESTIÓN 2019”**

Una vez revisadas y aceptadas para ser aplicadas, doy por validados los instrumentos. En constancia de la verdad firmo al pie de la presenta acta.


Lic. María Eugenia
GERENTE GENERAL
CANAL 15 SPC
Sistema Pandino de Comunicación

ACTA DE VALIDACIÓN

ACTA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO	
MUNICIPIO DE COBIJA	CANAL TELEVISIVO
LUGAR: CANAL TELEVISIÓN UNIVERSITARIA	FECHA 14/08/19

En la ciudad de Cobija, a horas 18:00 del día 14 del mes de agosto en oficinas del canal Televisión Universitaria (TVU) Cobija, se procede a la validación de los instrumentos (encuestas y guía de observación), de la tesis de grado titulada **“ANÁLISIS DE LAS REPRESENTACIONES DE GÉNERO EN LOS INFORMATIVOS TELEVISIVOS DE LA CIUDAD DE COBIJA, GESTIÓN 2019”**

Una vez revisadas y aceptadas para ser aplicadas, doy por validados los instrumentos. En constancia de la verdad firmo al pie de la presenta acta.


Lic. Claudia Perera Rosado
DOCENTE
Universidad Amazónica de Pando


UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
CANAL UNIVERSITARIO
Cobija - Bolivia

ACTA DE VALIDACIÓN

ACTA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO	
MUNICIPIO DE COBIJA	CANAL TELEVISIVO
LUGAR: CANAL UNITEL	FECHA 14/08/19

En la ciudad de Cobija, a horas 18:00 del día 14 del mes de agosto en oficinas del canal Universal de Televisión (UNITEL) Cobija, se procede a la validación de los instrumentos (encuestas y guía de observación), de la tesis de grado titulada **“ANÁLISIS DE LAS REPRESENTACIONES DE GÉNERO EN LOS INFORMATIVOS TELEVISIVOS DE LA CIUDAD DE COBIJA, GESTIÓN 2019”**

Una vez revisadas y aceptadas para ser aplicadas, doy por validados los instrumentos. En constancia de la verdad firmo al pie de la presenta acta.


Lic. María Eugenia
GERENTE GENERAL
CANAL UNITEL
Universidad de Pando


UNIVERSIDAD DE PANDO
CANAL UNITEL
Cobija - Pando - Bolivia