

ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO (ACD), EN LA CONSTRUCCIÓN DE ESTEREOTIPOS FEMENINOS DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO, EN CUATRO NOTICIAS DEL PERIÓDICO Q'HUBO DE CALI, PUBLICADOS ENTRE ENERO / MARZO DE 2022.

CAMILA PRADO GÓMEZ

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LÚMEN GENTIUM
FACULTAD DE DERECHO CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL- PERIODISMO
SANTIAGO DE CALI
2022**

ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO (ACD), EN LA CONSTRUCCIÓN DE ESTEREOTIPOS FEMENINOS DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO, EN CUATRO NOTICIAS DEL PERIÓDICO Q'HUBO DE CALI, PUBLICADOS ENTRE ENERO / MARZO DE 2022.

CAMILA PRADO GÓMEZ

**Proyecto de grado para optar al título de
Comunicador Social - Periodista**

**Director
DIANNY GUERRERO MONTILLA
Magister en Comunicación**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LÚMEN GENTIUM
FACULTAD DE DERECHO CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL- PERIODISMO
SANTIAGO DE CALI
2022**

Nota de aceptación:

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Fundación universitaria católica Lumen Gentium para optar al título de Comunicador Social-Periodista

Jurado

Jurado

Santiago de Cali, agosto 2022

CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	9
ABSTRACT	10
INTRODUCCIÓN	11
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	13
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.2 FORMULACIÓN DE PREGUNTA PROBLEMA	17
1.3 SISTEMATIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	17
2. JUSTIFICACIÓN	18
3. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	20
3.1 OBJETIVO GENERAL	20
3.2 OBJETIVO ESPECÍFICOS	20
4. MARCO DE REFERENCIA	21
4.1 ANTECEDENTES	21
4.2 MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	23
4.2.1 El discurso	24
4.2.2 El análisis crítico del discurso (ACD)	25
4.2.3 Medios de comunicación	25
4.2.4 Discurso periodístico	26
4.2.5 Perspectiva de género	27
4.2.6 Género	28
4.2.7 Estereotipos de género	29
4.3 MARCO CONTEXTUAL	31
5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	34
5.1 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN	34

5.2 DISEÑO DEL ESTUDIO	34
5.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	35
5.5 CATEGORÍAS DE ANÁLISIS	35
5.5.1 Análisis Crítico del Discurso	35
5.5.2 Perspectiva de género y estereotipos	35
5.5.3 Los medios de comunicación en la esfera pública	36
6. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	37
6.1. CAPITULO I: ESTEREOTIPOS CREADOS A TRAVÉS DE LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS EN EL PERIODICO Q'HUBO DE CALI.	37
6.1.1. Constructo de belleza a partir de los estereotipos que se reafirman en el periodismo local	43
6.1.2. Los principales estereotipos que se resaltan en las cuatro noticias del periódico	49
6.1.2.1 La belleza física	49
6.1.2.2.El moldeamiento físico	49
6.1.3. Los roles de género que se reafirma por medio de las imágenes y contenidos textuales a través del periodismo del Q'hubo	50
6.2. CAPÍTULO II: LAS RELACIONES DE PODER QUE SE CONSTRUYEN DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO	52
7.1.1.1 Las mujeres y su trabajo en la esfera publica	53
7.1.1.2. La esfera privada, sigue siendo el espacio de trabajos para mujeres	55
7. HALLAZGOS	59
8. CONCLUSIONES	60
REFERENCIAS	61

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Noticia #1 el cuerpo sin kilos de más.	43
Figura 2. Noticia #2 el moldeamiento del cuerpo en el quirófano	45
Figura 3. Noticia #3. el cuerpo erotizado desde las plataformas digitales	46
Figura 4. Noticia #4 la reconstrucción de belleza	48

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Tabla de publicaciones mes enero (ocho noticias)	38
Tabla 2. Publicaciones Febrero (Siete Noticias)	40
Tabla 3. Publicaciones Marzo (Cinco Noticias)	42

AGRADECIMIENTOS

A mi familia que son mi gran apoyo y quienes hicieron posible poder culminar este proceso, gracias por sus enseñanzas y por siempre impulsarme a perseguir mis sueños.

A mis amigos y compañeros de carrera con quienes he compartido experiencias de vida que me han formado como profesional y que me han permitido crecer como ser humano.

A cada uno de mis profesores, gracias por su dedicación y paciencia, por compartir sus conocimientos y siempre brindar su ayuda, porque no solo forman profesionales si no también seres humanos.

Finalmente, muchas gracias a cada una de las personas que siempre estuvieron dispuestas a darme su apoyo a pesar de las circunstancias.

RESUMEN

El propósito de esta investigación acerca de la construcción de estereotipos femeninos desde la perspectiva de género, en cuatro noticias del periódico Q'hubo de la ciudad de Santiago de Cali es producir un análisis crítico del discurso que permita evidenciar, cómo la prensa desde sus titulares, imágenes y contenido reproduce algunos estereotipos sobre las mujeres. Esta investigación se llevó a cabo usando la recolección y la revisión documental desde un enfoque cualitativo y desde la perspectiva de género. Se concluyó que el periódico resalta los estereotipos relacionados a la belleza física y el moldeamiento de los cuerpos de las mujeres a través del contenido de sus notas y titulares que reflejan a una sociedad marcada por el consumo, entorno a la imagen estereotipada de un cuerpo delgado y esbelto.

Palabras clave: análisis crítico del discurso, periodismo, estereotipos, perspectiva de género, mujer, relaciones de poder, roles de género.

ABSTRACT

The purpose of this research about the construction of female stereotypes from a gender perspective, in four news items from the Q'hubo newspaper in the city of Santiago de Cali. It is to produce a critical analysis of the discourse that allows showing how the press from its headlines, images, and content reproduces some stereotypes about women. This research was carried out using the collection and documentary review from a qualitative approach and a gender perspective. It was concluded that the newspaper highlights the stereotypes related to physical beauty and the shaping of women's bodies through the content of its notes and headlines that reflect a society marked by consumption, of the stereotyped image of a slim body.

Keywords: critical discourse analysis, journalism, stereotypes, gender perspective, women, power relations, gender roles.

INTRODUCCIÓN

La perspectiva de género, según Lamas (1996), implica reconocer que una cosa es la diferencia sexual y otra cosa son las atribuciones, ideas, representaciones y prescripciones sociales que se construyen tomando como referencia a esa diferencia sexual. La perspectiva de género busca identificar y reconocer que históricamente, las mujeres han tenido oportunidades desiguales en el acceso a la educación, la justicia y la salud. Aún hoy, según la región en la que habiten, sus posibilidades de desarrollo siguen siendo disparejas e inequitativas.

Por otro lado, la equidad de género nace de la interseccionalidad. Esta se refiere a que las exclusiones de las mujeres y su discriminación se deben, no solo al hecho de ser mujeres, sino también a otros aspectos como su color de piel, su orientación sexual, su estrato o su posición socio económica, su nivel de educación, su edad, su apariencia física, entre otros factores. Es decir que hay otras razones de discriminación que no solo se presentan por el hecho de ser mujer. Estudios de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) ha identificado a mujeres, niñas y adolescentes como personas en situación particular de discriminación en América Latina y el Caribe, profundamente marcado por la violencia, la discriminación contra ellas y por los estereotipos de género presentes en todos los países del hemisferio. La Comisión ha formulado una serie de recomendaciones para identificar y superar la discriminación estructural.

Por otra parte, los estereotipos de género hacen parte de la cultura y de la cotidianidad. Es una forma de categorización que se le asigna a las personas, y que se utiliza constantemente inclusive de manera inconsciente, a grupos o individuos, para clasificarlos según sus características o roles. Estos se le asignan tanto a hombres como a mujeres, en sus funciones físicas, biológicas, sexuales y sociales.

El presente trabajo de investigación propone un análisis crítico del discurso sobre la perspectiva de género y la reproducción de estereotipos, de cuatro publicaciones del periódico el Q'hubo, que contienen un discurso en el que se evidencia un lenguaje estereotipado, carente de perspectiva de género. Con esto se buscó identificar cómo influye esta visión del periódico a nivel social, político y cultural, en los lectores de la ciudad de Cali.

La desigualdad y la violencia de género forman parte de la realidad política, social y cultural, tanto de Colombia como de los países de América Latina. A pesar de la implementación de leyes y estudios realizados sobre la igualdad y la inclusión de género, se sigue evidenciando el machismo debido a la estructura social, en la que la mujer es subordinada y desvalorizada. En Colombia, se presentaron 630 feminicidios durante el 2020 según el Observatorio Feminicidios

Colombia, 17 masacres en el 2021, con 65 víctimas en los meses de enero a marzo cifras presentadas por el Instituto de estudios para el desarrollo y la paz (Indepaz).

Una de las manifestaciones más notables de esta desigualdad es el uso despectivo del lenguaje sobre la mujer, ya que, la discursiva es el elemento que más influye en la formación del pensamiento de una sociedad (Calsamiglia y Tusón, 1999). El habla cotidiana sigue haciendo invisibles a las mujeres, al no ser neutro refleja las relaciones de poder del sexo-género en la sociedad y la posición de subordinación de la mujer en dicha relación.

En Latinoamérica como en Colombia, los estereotipos y la violencia de género son uno de los problemas. En la actualidad, aunque se cuenta con una legislación en la cual hombres y mujeres son iguales y poseen los mismos derechos y obligaciones, hoy en día, la mujer sigue estando en cierta desventaja frente al hombre.

En este contexto, los medios de comunicación juegan un papel importante dentro de la sociedad, ya que influyen en la construcción, interacción e identidad cultural. Esto hace que puedan contribuir al cambio social, al aportar a la inclusión, la eliminación de etiquetas, prejuicios y estereotipos, ya que, la comunicación aporta y transforma las prácticas sociales para el desarrollo colectivo.

Hoy es muy común encontrar artículos o noticias con una discursiva imparcial hacia el género. Sin embargo, aún existen medios que hacen uso de un lenguaje inadecuado que no incluye la perspectiva de género. Esto, en gran parte, se debe a cuestiones culturales, sociales y políticas, que han trascendido a través de los años y que es necesario erradicar, haciendo uso de la empatía y la equidad.

La metodología implementada en el estudio es cualitativa, porque permite analizar el lenguaje y las representaciones simbólicas en las publicaciones desde el marco del análisis crítico del discurso (ACD). Este método, orientado a estudiar problemáticas sociales a partir del discurso, profundiza el análisis de los textos (escritos y orales, y producidos en el marco de diferentes géneros) según el planteamiento de Van Dijk en “El poder como control”.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El presente trabajo de investigación buscó evidenciar la producción de publicaciones en medios de comunicación que carecen de información con perspectiva de género, y cómo reproducen estereotipos de las mujeres en Colombia. Para ello el estudio se enfocó en analizar críticamente el discurso en las construcciones de estereotipos femeninos desde la perspectiva de género en cuatro noticias del periódico Q'hubo de Cali, producidas entre enero / marzo de 2022, para reconocer cómo inciden en la sociedad.

Este trabajo se fundamentó en las contribuciones del análisis crítico del discurso al estudio del lenguaje con relación a la perspectiva de género y los estereotipos, de acuerdo con "El poder como control" escrito por Van Dijk (1999). Este se enfoca principalmente en estudiar las ideologías, la injusticia, el dominio y la desigualdad que se presentan en un contexto social, cultural y político, además, es una forma de acción social que busca promover cambios. Esto implica ser críticos de los entornos, no sólo tratar de mostrar los fenómenos sociales, con el fin de problematizarlos y proponer cambios, sino también ser consecuentes.

Desde este enfoque, asumir la perspectiva o visión de género se refiere a analizar los mecanismos que permiten identificar, cuestionar y evidenciar la discriminación, desigualdad y exclusión de las mujeres. Surge desde las diferentes vertientes de los feminismos, además es una herramienta que busca mostrar que las diferencias entre mujeres y hombres se dan no sólo por su determinación biológica, sino también por las diferencias culturales asignadas a los seres humanos, asimismo busca cuestionar los estereotipos y elaborar nuevos contenidos que permitan incidir en el imaginario colectivo de una sociedad al servicio de la igualdad y la equidad.

Por otra parte, los estereotipos de género hacen referencia a la construcción social y cultural de hombres y mujeres, debido a sus diferentes funciones físicas, biológicas, sexuales, sociales y políticas, lo cual delimita la participación en la sociedad de cada individuo. Por lo general, los estereotipos de género suelen degradar más a las mujeres que a los hombres al asignar roles que deben cumplir en la sociedad y que devalúan sus atributos y características.

Uno de los estereotipos de género que más repercusión tiene en la ciudad de Santiago de Cali, es el de la belleza de las caleñas. Estos estereotipos contruidos socialmente se mantienen y se refuerzan, principalmente por la cultura característica de la ciudad. Expresiones como "las caleñas son como las flores", se han convertido en un referente histórico y social de la ciudad. Estas expresiones se escuchan en espacios de esparcimiento social como bares,

discotecas, centros comerciales, etc. La imagen femenina en la ciudad se relaciona con el cuidado del cuerpo, las cirugías estéticas, los productos de belleza, entre otros. Todo esto forma parte de los estereotipos de feminidad que promueven a mujeres impecables de cuerpo perfecto que al vivir cerca del Pacífico son alegres, expresivas con su cuerpo y su forma de vestir.

Además, de fundamentar la valoración de las mujeres sobre la base de su imagen física, la sociedad crea prejuicios a cerca de su inferioridad y sus roles estereotipados y, cuando las sociedades no reconocen ni eliminan tales prejuicios y estereotipos se cometen las violaciones de los derechos de las mujeres. Los estereotipos de género pueden referirse a las capacidades intelectuales o cognitivas, lo que causa una mayor devaluación de las mujeres. En la actualidad el movimiento de mujeres por la lucha de sus derechos sigue siendo un motivo de protesta en Colombia, debido a las múltiples razones por las que las mujeres siguen siendo discriminadas en diferentes ámbitos sociales y personales. Los principales objetivos de esta lucha son eliminar los abusos sexuales hacia las mujeres, los feminicidios, la trata de blancas, la mutilación genital, los matrimonios forzados y los comportamientos inequitativos de género, entre otras formas de maltrato y desigualdad que existen en distintas partes del mundo y que surgen por el simple hecho de ser mujer.

Según los estudios que indica la guía de Naciones Unidas, Derechos Humanos (2014), anteriormente, no se tenía en cuenta la vida de las mujeres, ni el hecho de que eran discriminadas, violentadas y constantemente oprimidas. Solamente hasta hace unos años, en el marco de los derechos humanos se empezaron a tomar acciones con el fin de incorporar los aspectos de las vulneraciones referentes al género, para proteger y hacer valer a las mujeres sus derechos y libertades sin distinción de raza, género, idioma o religión. Los Estados tienen la obligación de respetar, proteger y cumplir las normas de los derechos humanos, establecidas a nivel nacional e internacional. En Colombia la perspectiva de género ha estado ligada principalmente con el reconocimiento de la mujer, un ejemplo de ello es la Ley 1098/2006 de la Constitución Política de Colombia expresa lo siguiente “se entiende por perspectiva de género el reconocimiento de las diferencias sociales, biológicas y psicológicas en las relaciones entre las personas según el sexo, la edad, la etnia y el rol que desempeñan en la familia y en el grupo social. Esta perspectiva se debe tener en cuenta en la aplicación de este código, en todos los ámbitos en donde se desenvuelven los niños, las niñas y los adolescentes, para alcanzar la equidad”.

En las últimas décadas, las Naciones Unidas ha logrado importantes avances para promover la igualdad de género, entre ellos, acuerdos históricos como la Declaración y la Plataforma de Acción de Beijing (1995), y la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Violencia contra la Mujer (CEDAW), que ha sido un instrumento clave en la protección de los derechos de las mujeres. El uso adecuado del lenguaje cumple un papel importante en los medios de comunicación al diferenciar por sexo, se utiliza erróneamente en primer lugar, el

masculino. Por ejemplo, decir chicos y chicas, cuando el orden alfabético indica que la A va antes que la O.

En el año 2010 se crea ONU Mujeres organización de las Naciones Unidas dedicada a promover la igualdad de género, la participación de las mujeres, poner fin a la violencia contra ellas, involucrarlas en los procesos de paz y empoderamiento femenino; esta organización trabaja con los gobiernos y la sociedad civil en la creación de leyes, políticas, programas y servicios necesarios para garantizar que se implemente la participación de las mujeres en igualdad de condiciones en todos los ámbitos de la vida. En el ámbito de la comunicación es importante la deconstrucción de estereotipos, a la hora de generar propuestas es necesario tener en cuenta la importancia de eludir los estereotipos. Hay pocas notas, que visibilizan a las mujeres que hacen deportes o les gustan los autos, etc. Asimismo, se debe tener en cuenta la mirada sobre los estereotipos a la hora de hacer entrevistas.

Así pues, el tema sobre la mujer y los medios de comunicación ha sido tratado desde hace algunos años con la clara intención de promover la reformulación de los contenidos y mensajes de los medios, de modo tal que reflejen una realidad coincidente con la cotidianidad, la trayectoria y los roles profesionales y personales no sólo de los hombres, sino también de la otra mitad de la población, las mujeres, quienes han levantado la voz, cada vez más fuerte, con el propósito de promover el desarrollo de imágenes y mensajes que den cuenta de la diversidad en la vida de las mujeres y de su contribución a la sociedad, dentro de la prensa, los medios visuales, sonoros y electrónicos. Para lograrlo, se ha planteado la necesidad de contar con la igualdad de los sexos en la gestión y dirección de los medios de comunicación, así como en la construcción de los contenidos.

Uno de los principales problemas en los que los medios de comunicación se ven envueltos es la falta de imparcialidad al generar o publicar los contenidos. Algunos medios caen en la equivocación de menospreciar el género en su discurso. Los mensajes de los medios de comunicación reproducen la ideología de la clase dominante y buscan manipular al interlocutor para que piense que vive en un sistema social justo, equilibrado y democrático (aun cuando la realidad sea otra). Para estos autores, no hay mensajes inocentes, libres de manipulación ideológica o de contenidos que reflejan ciertos valores y visiones del mundo y omitan otros. (Morley, 1992, p.82).

El estudio que realizó el instituto nacional de las mujeres indica que los estereotipos e imágenes que transmiten los medios de comunicación se arraigan profundamente en las mentalidades de todos y perduran en el tiempo. Estos estereotipos tienen la característica de pasar inadvertidos, y por ello resultan potentes y eficaces; se imponen sin que las personas se den cuenta, y así van forjando las mentalidades de todos. Como todas las construcciones sociales de

la realidad, las que elaboran los medios de comunicación son ideológicas y por ello tienen consecuencias sobre la propia realidad social. En este marco consecuentemente se sigue definiendo al hombre por su situación profesional, asociada al ámbito público; mientras que casi siempre la mujer se presenta solamente vinculada a su situación familiar, correspondiente al ámbito privado y doméstico. Los medios de comunicación parecen ignorar, por ejemplo, la creciente incorporación de las mujeres al mercado de trabajo y, por tanto, al mundo público. El resultado es que las imágenes que obtenemos de hombres y mujeres desde los medios no corresponden del todo a la realidad social.

La investigación del instituto nacional de mujeres enfocado en las mujeres y los medios de comunicación, afirma que en general, los medios de comunicación siguen fomentando los roles tradicionales tanto de mujeres como de hombres. En las revistas y en la publicidad, las mujeres siguen apareciendo como objeto sexual, a pesar de la intención de cubrir la imagen femenina con un barniz de modernidad y presentarla desarrollando roles profesionales. Se continúa mostrando a la mujer preocupada por su aspecto físico y casi nunca por el intelectual, además de ello, la mujer que trabaja es presentada en posiciones de subordinación. Todavía hoy, se observa una representación estereotipada de las mujeres en las páginas de los periódicos, en los programas de televisión y en el cine; las imágenes que se transmiten siguen ancladas en los roles tradicionales de la mujer. A ésta se le sigue asociando, casi de manera exclusiva, con la esfera privada, es decir, con el hogar, con la familia y sobre todo con una presencia de debilidad.

Por eso, este estudio busca determinar mediante el análisis crítico del discurso (ACD), las construcciones de estereotipos femeninos desde la perspectiva de género en cuatro publicaciones del periódico Q'hubo de Cali, que se originó en la ciudad de Cali, en el año 2005 por el diario El País. Por esa misma época, otras casas editoriales de Colombia comenzaron a explorar el camino del periodismo popular, como complemento a sus diarios tradicionales. Este periódico circula en 12 regiones todos los días. Sin embargo, la edición de éstas no es la misma, sino que comparten el mismo nombre y estructura, pero difieren en su contenido. Su estructura temática está diseñada de la siguiente forma, la primera sección denominada "Así Pasó", se enfoca en relatar las historias del común de los barrios de la ciudad, la segunda sección se basa en la comunidad, denominada "Mi Gente", seguido de la sección de entretenimiento y deportes. El periódico busca satisfacer las necesidades informativas de un amplio sector de la población, perteneciente a los estratos socioeconómicos 1, 2 y 3 ofreciéndoles un producto ágil y descomplicado. Este proyecto editorial se gesta como respuesta a un sector que no estaba identificado con ningún medio escrito que reflejará su realidad.

El Q'hubo emplea un lenguaje estándar con imágenes que permiten realizar una representación cultural de lo popular incorporando a diversos actores y elementos que reflejan las tradiciones, aborda los temas desde la religiosidad,

las fiestas, el lenguaje popular (dichos, palabras, expresiones) y hace uso de las emociones y el melodrama para llamar la atención del lector. El periódico el Q'hubo se caracteriza por utilizar una jerga sensacionalista, se tiende a estereotipar a la mujer, en cuanto a su rol, político, social, laboral, entre otros aspectos. Además, este periódico tiende a presentar comentarios de tipo despectivo al género en sus titulares y desarrollo de noticias.

1.2 FORMULACIÓN DE PREGUNTA PROBLEMA

¿Cuál es la incidencia que ha tenido el periódico Q'hubo en la construcción de estereotipos femeninos desde la perspectiva de género de cuatro noticias del periódico Q'hubo de Cali publicados entre enero y marzo del 2022?

1.3 SISTEMATIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

- ¿Cómo se da o qué evidencia existe de la construcción de los estereotipos femeninos desde la perspectiva de género en las publicaciones del periódico Q'hubo de Cali?
- ¿Cuáles son las relaciones de poder que se construyen desde la perspectiva de género en el discurso periodístico del periódico el Q'hubo de Cali?
- ¿Qué rol tiene el periódico Q'hubo de la ciudad de Cali, frente a la construcción de la perspectiva de género femenino?

2. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se enfocó en estudiar, desde el análisis crítico del discurso (ACD), la construcción de estereotipos femeninos desde la perspectiva de género en medios de comunicación.

El objetivo de esta investigación consistió en exponer desde el análisis crítico del discurso la incidencia que ha tenido el periódico Q'hubo en la construcción de estereotipos femeninos desde la perspectiva de género, y que los temas de género no son exclusivos de una sección de información en específico, es algo que pertenece al entorno que rodea a la sociedad. Ya que, atraviesa todos los ámbitos informativos, desde lo judicial, social y deportivo.

Por eso se considera necesario que, desde la labor periodística se tome conciencia sobre los estudios de perspectiva de género y su adecuado discurso en cualquier tipo de contenido. Sin el conocimiento del origen de la noción de género, no se pueden analizar los estereotipos y representación de la mujer en los medios de comunicación, los estudios en comunicación también deberían de adaptarse y reconocer la realidad social que está presente para normalizar un valor constitucional que defiende hombres y mujeres por igual. Además, es importante mencionar que el análisis crítico del discurso (ACD) es un elemento importante que nos permite llegar a la toma de conciencia de la práctica periodística.

La importancia de la aplicación del análisis crítico del discurso, desde la perspectiva de género en los medios de comunicación, se da a partir de las posibilidades que ofrece para comprender cómo se produce los estereotipos y la discriminación de las mujeres, para buscar vías que permitan transformarla. Además, es necesario entender que la perspectiva de género busca mejorar la vida de las personas, de las sociedades y de los países, enriqueciendo todos los ámbitos productivos, es decir, no se limita solamente a estar a favor de las mujeres, sino buscar la equidad en las sociedades a nivel político, laboral, cultural, entre otros aspectos y el ACD es la herramienta que nos permite identificarlos.

Los factores que facilitaron el desarrollo de la investigación se basaron en publicaciones del periódico el Q'hubo que contenían títulos e información con lenguaje de género estereotipado o despectivo, mujeres a las que sus derechos han sido violados o han sufrido por el uso del lenguaje y comportamiento machista.

La investigación tuvo como fin ser objeto de interés tanto para estudiantes de comunicación social y periodismo, carreras afines, estudios relacionados con temas de inclusión de género en medios de comunicación, estereotipos de género y equidad, también hombres y mujeres los cuales puedan informarse sobre la evidencia de un contenido discursivamente parcial e inclusivo desde el periodismo. Dado que los temas que verdaderamente atañen y preocupan a las mujeres poco se tocan y muchas veces se ignoran como lo son el caso de la violencia doméstica, la desigualdad laboral, o la impartición de justicia en temas relacionados con sus derechos de manera igualitaria.

La relación temática investigativa con el campo de la comunicación es primordial por tanto que el aporte al campo de estudio de la comunicación buscará que se les facilite a los periodistas y comunicadores herramientas para analizar, diseñar y evaluar procesos comunicacionales desde la implementación de un lenguaje más inclusivo desde la perspectiva de género y la empatía, tanto en medios periodísticos como en los diferentes espacios de desarrollo de la sociedad, y que desde la academia se creen y generen espacios que tomen en cuenta la importancia de saber informar desde la perspectiva de género, dentro del campo comunicacional.

En general, los medios de comunicación siguen fomentando los roles tradicionales, todavía se observa una representación estereotipada de las mujeres en el contenido de algunos medios periodísticos, las imágenes que se transmiten siguen ancladas en los roles tradicionales de la mujer. Por lo tanto, la investigación busca fomentar una perspectiva neutra hacia el lenguaje periodístico que respete un contenido equitativo respecto al género.

3. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 OBJETIVO GENERAL

Conocer desde el análisis crítico del discurso la incidencia que ha tenido el periódico Q'hubo en la construcción de estereotipos femeninos desde la perspectiva de género de cuatro noticias del periódico Q'hubo de Cali publicados entre enero y marzo del 2022.

3.2 OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Describir algunos estereotipos femeninos desde la perspectiva de género en cuatro noticias del periódico Q'hubo de Cali.
- Identificar las relaciones de poder que se construyen desde la perspectiva de género en el discurso periodístico del periódico el Q'hubo de Cali.
- Indagar el rol que tiene el periódico Q'hubo de la ciudad de Cali, frente a la construcción de la perspectiva de género femenino.

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1 ANTECEDENTES

A continuación, se presentan los estudios que se revisaron con el fin de reconocer otras investigaciones sobre el tema de interés del presente trabajo.

En primera instancia, se revisó el documento titulado “**Estereotipos de belleza física en medios de comunicación en mujeres jóvenes, estudiantes universitarias en Villavicencio**” elaborado por Buitrago, Ulloa, y Vaca (2016) en la Universidad Cooperativa de Colombia Sede Villavicencio, Facultad de Psicología, al considerar que el tema de investigación, es similar al de este estudio. La investigación buscó describir los estereotipos de belleza física propuestos en el medio de comunicación de preferencia en mujeres jóvenes de la facultad de psicología de la Universidad Cooperativa de Colombia, sede Villavicencio. En esta tesis se hizo un aporte importante sobre cómo los estereotipos son transmitidos, promovidos y aprendidos con frecuencia a través de familia, amigos y en especial los medios de comunicación como la televisión, las revistas y las redes sociales. Asimismo, se resaltó que el consumo en redes sociales se ha ido incrementando en la población colombiana en los últimos años, destacándose Facebook, Instagram y Twitter.

Este estudio se realizó desde un enfoque cualitativo de tipo descriptivo con orientación fenomenológica. La técnica de recolección de datos utilizada fue la entrevista, con preguntas claves para la identificación del medio de comunicación de preferencia de las personas entrevistadas. Según las autoras:

Diferentes investigaciones realizadas a nivel mundial han hallado una incesante difusión de estereotipos a través de los medios de comunicación, que determinan la modificación de preferencias y toma de decisiones de las mujeres, así como en la construcción del sentido del estereotipo femenino a seguir (p.5).

De la misma manera, la publicidad transmitida y percibida por usuarios de la red social Facebook, contiene una gran multitud de estereotipos de belleza física, imágenes con el objetivo de vender o proyectar el ideal de belleza, e incitando al consumismo.

En segunda instancia, se examinó el proyecto de investigación que se titula “**Estudio del lenguaje sexista en los medios de comunicación a través de big data**”. Escrito por González Fernández (2017) Dpto. Ciencias del Lenguaje Área de Lingüística General Facultad de Filosofía y Letras Universidad de Córdoba. En esta investigación se proponen aproximarse al lenguaje periodístico

para llevar a cabo un estudio sobre el lenguaje sexista en los medios de comunicación. La metodología utilizada se basa en las técnicas de análisis de big data y seleccionando la plataforma de microblogging Twitter, debido a la gran cantidad de información textual que contiene, a sus características estructurales y a su capacidad para mostrarse como elemento de comunicación masivo. Finalmente, concluyeron que la utilización del género engloba a los dos sexos de forma genérica. Esto se debe al doble valor que advierte que el lenguaje periodístico abusa del uso del masculino genérico debido a este carácter integrador y que esto puede provocar, no solo una discriminación hacia el sexo femenino, sino también cierta confusión y ambigüedad en algunos casos.

En tercer lugar, la investigación **“Estereotipos de género: una aproximación a la violencia de género desde la percepción de los/as jóvenes estudiantes de la Escuela N° 711 Federico Brandsen”** elaborada por Pineda (2019) de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, para optar al título de trabajadora social se propuso analizar las percepciones de los jóvenes para indagar sobre los procesos relacionales: cómo piensan, cómo actúan, con base en la socialización diferencial estereotipada y su relación con la violencia de género. La recolección de datos se dio a partir de encuestas, observaciones, revisión de documentación, entrevistas semiestructuradas y de material teórico. La tesis mostró que existen situaciones de invisibilización y naturalización de la violencia de género en los jóvenes.

Pineda (2019) consideró que este estudio sobre percepciones se inscribía en la teoría de las representaciones sociales y en la teoría de género, especialmente estereotipos de género. Este estudio es importante para entender construcciones sociales presentes en las relaciones sociales de género entre los/as jóvenes. La autora concluyó que se pudieron evidenciar diferentes situaciones problemáticas que surgían como producto de las relaciones sociales en su cotidianeidad, que muchas veces eran naturalizadas, y que en sus relatos se evidenciaban las creencias en mitos o estereotipos, precisamente en lo que respecta a estereotipos de género y violencia de género.

En cuarta instancia, se encontró el documento **“El cubrimiento mediático de la violencia contra la mujer en Colombia: Un estudio de Noticias Caracol”** presentado por Morales Camacho (2018) en la Universidad del Rosario de Bogotá, en el programa de Periodismo y opinión pública. El análisis de este trabajo sobre 64 publicaciones transmitidas por Noticias Caracol durante el año 2016, acerca de la violencia contra la mujer permitió evidenciar que el cubrimiento mediático se caracterizaba por su falta de profundidad, la reproducción de estereotipos de género y el desconocimiento sobre las verdaderas causas de la violencia.

En relación con esto, Morales Camacho (2018), planteó que el primer problema que tiene este tipo de cubrimiento de noticias es el desconocimiento de la

violencia contra la mujer como un problema estructural. La violencia machista, es más bien una violencia sistemática y generalizada resultado de un sistema patriarcal. Narrar casos particulares sin mayor profundización o reflexión sobre el tema, no llevará al entendimiento de la violencia en su totalidad, por el contrario, como lo argumentan De la Mata Retamar y García López (2016), genera desinterés en el público por la costumbre de “un caso más”.

En el proceso de recolección de información se encontró el trabajo de grado **“Percepciones que tienen los lectores del barrio Blas de Lezo de Cartagena de los periódicos el Q’hubo y El Teso en torno a su diseño y discurso”**, escrita por De La Cruz, Guzmán, Ortega y Puello (2020) de la Universidad de Cartagena, para optar al título de Comunicador Social.

El objetivo de esta investigación fue determinar las percepciones que tenían algunos de los lectores de estos diarios, en torno a su diseño y discurso. Asimismo, abrir un debate alrededor de la relación entre el lenguaje sensacionalista y la apropiación de este por parte de algunos medios valiéndose de la cultura popular. Esta investigación buscó dar a conocer el tratamiento periodístico de El Q’hubo y El Teso y planteó las siguientes preguntas: ¿En qué se basan estos diarios para construir sus contenidos? ¿A qué se debe su aspecto estético? ¿A qué o a quiénes toman como modelo? ¿Quiénes son los que consumen sus contenidos con mayor regularidad?

Se concluyó que “El Q’hubo y El Teso son periódicos colombianos, diseñados con el objetivo de ser cercanos a la gente, especialmente, a ciudadanos pertenecientes a los estratos socioeconómicos 1, 2 y 3. De modo que, su discurso, diseño y lenguaje han sido configurados con base en el contexto socio-cultural de los sectores populares, lo cual se evidenció en el tratamiento que ambos diarios les dan a sus contenidos y en su información pública en sus respectivos portales web”. La percepción que tienen los lectores es que el tratamiento del discurso periodístico y el contenido gráfico de las portadas de ambos diarios, son escandalosos, incitan y promueven el morbo. Los encuestados, opinaron que El Q’hubo y El Teso son medios informativos que dejan a un lado la objetividad y veracidad porque, de esta manera, les resulta más rentable.

4.2 MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

Teniendo en cuenta que el objetivo de esta investigación fue realizar un análisis crítico del discurso (ACD), para la identificación de la reproducción de los estereotipos femeninos desde la perspectiva de género, en este apartado se presenta el desarrollo de las variables de análisis crítico del discurso, perspectiva de género y estereotipos desde un enfoque sociocultural.

4.2.1 El discurso

El discurso es una práctica social que se realiza dentro de unos parámetros contextuales en los que se incluye la situación, la intención del que produce el mensaje y las características del destinatario, “El discurso es parte de la vida social y a la vez un instrumento que crea la vida social” (Calsamiglia y Tusón, 1999, p.15) estos parámetros son de tipo ¹cognitivo y sociocultural.

El análisis del discurso nos permite estudiar el texto oral y escrito en los medios de comunicación de una manera más explícita y sistemática, al permitir el estudio de la estructura de la noticia desde el análisis discursivo, describiendo cada uno de sus componentes, pero también se enfoca en entender el texto y los contextos socioeconómicos, la manera en que los fabricantes de la noticia y los lectores perciben y representan los acontecimientos informativos y como escriben o leen los textos periodísticos, además de la forma en que procesan diferentes textos o participan en los hechos de comunicación.

Desde un aspecto socioeconómico y cultural más amplio, se considera el discurso de los medios, en este caso la noticia, como una forma particular de práctica social. Esta práctica discursiva de la producción o de la recepción de la noticia puede analizarse teóricamente en dos componentes principales: un componente textual y un componente contextual.

Para Van Dijk (1990) en su libro “La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información”. “Una explicación completa del discurso periodístico exige tanto una descripción de las estructuras textuales de la noticia, como una descripción de los procesos de producción y recepción del discurso periodístico en situaciones comunicativas y contextos socioculturales” (p. 53). Dentro del análisis del discurso se debe de tener en cuenta el contexto, ya que es importante comprender y observar el ámbito en el que se elaboran y manifiestan los actos discursivos; disciplinas como la antropología, sociología y la lingüística, permiten elaborar técnicas y métodos de recolección de información para desarrollar el análisis de prácticas socioculturales.

Los lingüistas tienden a definir la comunicación como cualquier proceso de transferencia de información entre un emisor y un receptor. Desde la sociología, en cambio, tienden a definirse como toda forma de relación social que implica un conocimiento compartido. Se identifica la comunicación de diversas maneras, visualmente, el sentido de la palabra y sus múltiples manifestaciones como el

¹ Cognitivo: proceso de adquisición de conocimiento mediante la información recibida por el ambiente, el aprendizaje.

Sociocultural: aquello que se refiere al estado o las características culturales de una sociedad o un grupo de personas.

habla, tienden a ver la comunicación como una característica de la humanidad, de los seres, aunque se manifieste en formas simbólicas o anteriores a la palabra.

Para efectos de esta investigación se utilizó el análisis crítico del discurso (ACD), ya que es una investigación de tipo analítica que se enfoca principalmente en estudiar ideologías, injusticia, el dominio y la desigualdad que se presentan en un contexto social, cultural y político, intenta dotar de poder a quienes carecen de él y busca evidenciar como estos discursos se reproducen por medio de textos y del habla.

4.2.2 El análisis crítico del discurso (ACD)

El ACD tiene afinidades con diferentes campos de estudio como la psicología y la sociología, al igual que estudios sobre la pragmática, la retórica, estilística, la etnografía, la sociolingüística interaccional, la teoría crítica de la escuela de Frankfurt, análisis de Los Media, entre otras. El análisis crítico del discurso no solamente busca estudiar prácticas sociales y políticas dirigidas hacia la búsqueda del cambio social, sino también realizar aportes de tipo teórico y analítico dentro de su mismo campo.

Dentro del ACD podemos encontrar análisis sociales, para comprender la relación de causa y efecto que se da entre los seres humanos y el entorno que los rodea, a partir de discursos que se dan entre actores sociales y mediante la influencia que tienen los media en la sociedad, en su capacidad de informar.

4.2.3 Medios de comunicación

Socialmente hemos incorporado (por la historia en la que los medios se consolidan y a través de las aproximaciones analíticas) un contenido implícito o inherente al término "medios de comunicación de masas" que en el uso actual representa poco de lo que realmente son, por la sociedad compleja en la que operan y por la creciente innovación técnica que hoy los hace posibles, requieren de un análisis y una definición nueva. Es necesario especificar tanto las nuevas estructuras sociales generales a las que los medios se vinculan, como las condiciones estructurales que los medios actuales asumen internamente en su funcionamiento.

Los análisis sociológicos a la hora de referirse a los cambios, por un lado, en la comunicación y, por otro lado, en los cambios tecnológicos que han experimentado las primeras formas de los medios, han abierto otras posibilidades y nuevos sentidos de la comunicación. "la comunicación de masas entendida como tecnología y las condiciones sociales implicadas en la aparición de los medios, aporta con posterioridad una clasificación tipificada sobre el

conjunto de los llamados medios de comunicación de masas”. (Sáez, 2007, p. 7, 12).

4.2.4 Discurso periodístico

Por otra parte, según Gutiérrez Vidrio (2010) en “Discurso periodístico: una propuesta analítica”, los medios de comunicación masiva cumplen un papel fundamental, como mediadores dentro de la cultura moderna, debido a la importancia que tiene el uso del discurso como un medio de transmisión de información y opiniones.

Un discurso periodístico es la transmisión de opiniones y de información, en él se exponen temas de interés social y de actualidad, busca utilizar un lenguaje exacto y sencillo para que logre captar la atención del lector, teniendo en cuenta el contexto, cultural, político y social. “La realidad discursiva que cada noticia construye se lleva a cabo mediante dos operaciones básicas: una de selección de unidades informativas y una de estructuración y jerarquización de la información (p. 4).

Desde el discurso periodístico se estudian los diferentes géneros, que se clasifican en géneros de información, entre los que se encuentran la noticia, el reportaje y la entrevista y de opinión, entre los que están la editorial, las cartas al director, el artículo y las colaboraciones, la columna y la crónica. Sin embargo, este estudio se enfocará en analizar la noticia desde la estructura que se compone de, titular, lead o entrada, cuerpo de la noticia tomando estas como las subcategorías de análisis.

La noticia periodística va orientada a un público interesado sobre acontecimientos de actualidad que se producen y comparten a través de los medios de comunicación masivos. Las noticias deben ser el reflejo de la realidad que tienen que describirse, explicarse e interpretarse para que la audiencia pueda informarse y construir opiniones.

La noticia trata de poder comunicar algo concreto de forma directa, que permita la interpretación del hecho acontecido por parte de la audiencia. El discurso periodístico, para lograr sus objetivos, debe caracterizarse por ser preciso y fluido, para que el lector pueda comprender el texto.

El control del texto oral y escrito tiene un papel crucial en el ejercicio del poder y control. Se puede observar que miembros de grupos poderosos pueden decidir sobre posibles géneros del discurso o actos de habla de una ocasión concreta. “Si controlar el discurso es una primera forma de poder mayor, controlar las mentes de la gente es el otro medio fundamental para reproducir el dominio y la

hegemonía”. (Van Dijk, 1999, p.28). El ACD estudia los procesos de los grupos poderosos que tienen fácil acceso al discurso público y logran controlar las mentes de las personas, con el fin de que interpreten el mundo de la manera en que los del poder o las élites lo presentan y así influir en su forma de actuar.

El análisis crítico del discurso permite evidenciar muchas formas de ejercer el poder en la sociedad. Un ejemplo de ello es el poder que detentan los hombres, en comparación al de las mujeres, no solo sobre el control de las diferentes formas del discurso público, sino también, en el rol que tienen dentro de la sociedad. Tal control indirectamente genera estereotipos y contribuyen, al machismo y al sexismo.

4.2.5 Perspectiva de género

Según Berga (2005) en “La perspectiva de género: una nueva mirada a la realidad social”. La realidad sobre el significado de la violencia de género es que se plantea como un concepto específico que nace de las teorías feministas, un término que ha pasado a formar parte del lenguaje común, aunque su significado haya sido mal utilizado. El concepto de “género” es un punto importante en las desigualdades de la sociedad, ya que entra dentro del marco teórico de las ciencias sociales.

Las desigualdades por razón de género son el ejemplo más claro de lo que socialmente se considera una realidad naturalizada y, en consecuencia, difícilmente cuestionable. De hecho, constituyen formas de desigualdad prescritas, es decir, condiciones que a diferencia de las desigualdades adscritas (como la clase social) llevamos incorporadas desde el nacimiento. Por esto, con frecuencia las diferencias biológicas han invisibilizado las construcciones sociales. Desde las ciencias sociales se formula la teoría del sistema sexo/género, que ha permitido un avance significativo en el análisis de las desigualdades entre hombres y mujeres, en la medida que permite comprender mejor esta dualidad entre las referencias sexuales y sus repercusiones diferenciales tanto para hombres como para mujeres (pp. 16 - 17).

Desde el punto de vista de Berga (2005) una perspectiva de género en la acción social puede ser una nueva estrategia para avanzar hacia la igualdad que se requiere para ambos sexos, ya que, los géneros son relacionales y diversos, por esto las intervenciones que ocurran en uno de los géneros implican necesariamente, una consecuencia el otro.

El enfoque educativo socio crítico históricamente ha pasado a plantear un modelo íntegro y consciente sobre la educación que implica entender la igualdad de los sexos. La perspectiva de género, por lo tanto, permite analizar la forma en la que se crean y perpetúan los sistemas sociales a partir del sexo y el género. Comprender esto, significa avanzar en el cambio hacia una sociedad que respeta los derechos y la posición igualitaria de ambos.

4.2.6 Género

Sin embargo, Butler (2017) en su texto “Género, cuerpo, poder y resistencia”, propone que el género se ha convertido en un cuadro analítico ampliamente extendido en todo su significado, esto para explicar que los sujetos se nombran como «hombres» o «mujeres» porque toda la población está enteramente regida por el efecto que produce en el pensamiento de la diferencia sexual.

A partir de esta teoría de pensamiento que dicta la sociedad, el mundo está dividido entre masculino y femenino, con base en referentes sociales y normativos que establecen las reglas de cada género y que a su vez se soportan en características desde la naturaleza. Esto equivale a decir que todo sujeto, toda su inteligibilidad social, su identidad y su cuerpo, se forma en y por el poder que se ejerce en la reiteración normativa, es decir en el pensamiento crítico que creó la sociedad.

Las primeras comprensiones de lo que es el género se derivan de los aprendizajes adquiridos en contextos cercanos sobre los roles, los comportamientos, las actividades y las estéticas que socialmente se le atribuyen a lo masculino y a lo femenino. Antes que interpretaciones culturales de los cuerpos sexuados, estas caracterizaciones de la masculinidad y la feminidad son referentes que funcionan como prescripciones normativas acerca de lo que los sujetos deben ser en términos de identidad y corporalidad. Por eso, estas caracterizaciones no son solamente descriptores de lo que es el género sino, manifestaciones de la norma de género que buscan imponer lo que este debe ser. (Butler, 2017, pp. 85 - 86).

Como resultado, todo sujeto se ha formado en la reiteración de normas de género que tienen como punto de partida sus ideologías y que a su vez reafirman la dicotomía de la diferencia sexual. Por consiguiente, el género no es una interpretación que nace de la diferencia sexual, sino la repetición obligatoria de normas en un contexto cultural específico, los sujetos se construyen y cobran transparencia social en virtud de la reiteración de las normas de género. Cada persona debe reiterar constantemente la norma de género que le corresponde y así asumir una identidad que garantice su propia aprobación.

La crisis de una sociedad no inclusiva es el resultado del fracaso de unas determinadas políticas sociales, la exigencia de cuáles deben ser los objetivos de la inclusión es lo que forma parte central del modelo socioeconómico y es el mejor reflejo de su visión de la justicia, Cuando falla la capacidad de inclusión, es el modelo mismo el que falla. Por eso, en las circunstancias actuales es obligado volver a pensar qué es lo que hay que incluir o excluir. No hay una inclusividad atemporal. Cada sociedad en cada momento adopta una propuesta de lo que considera no puede excluirse, que pone en práctica con mayor o menor consenso. Por eso, aunque parezca utópico, el análisis debe iniciarse a partir del diagnóstico del marco en el que se encuadra la inclusión. Una sociedad inclusiva reconoce que todas las personas tienen el mismo valor, sólo por la condición de ser humano.

Uno de los obstáculos para crear sociedades justas y convivencia pacífica es la intolerancia que se expresa en las palabras, y en las acciones, se puede entender que al pensar en una sociedad inclusiva es necesario analizar el sistema de valores que se otorga para cada individuo, el respeto por su dignidad y sus derechos es el primer paso para fomentar una sociedad que actúe a favor de la igualdad.

Una referencia central para entender las respuestas que se dan a la inclusión/exclusión es analizar la consideración que el modelo social tiene de la desigualdad. La actual estructura de desigualdad presenta unas características especiales que forman el sustrato de la debilidad inclusiva de esta sociedad. Por eso es necesario conocer la concreción de esa desigualdad no sólo para ver sus repercusiones en la inclusión/exclusión, sino para calibrar las dificultades que se presentan para encontrar vías más igualitarias en la construcción de la sociedad. (Dubois, 2014, p. 47).

4.2.7 Estereotipos de género

Los estereotipos de género hacen parte de nuestra sociedad y cultura, estos son adquiridos a medida que crecemos y que nuestro rol va cambiando por eso están presentes en nuestra cotidianidad. Es una forma de categorización que se le asigna a las personas, y que se utiliza constantemente inclusive de manera inconsciente, a grupos o individuos, para clasificarlos según sus características o roles, estos se le asignan tanto a hombres como a mujeres, en sus funciones físicas, biológicas, sexuales y sociales.

Los estereotipos han sido objeto de estudio durante mucho tiempo. El término fue acuñado en 1798 por el tipógrafo Fermín Didot y utilizado por primera vez para describir un método o proceso de imprenta en el que una plancha metálica o molde era utilizado para duplicar el material original. El término como tal, se deriva de los vocablos griegos stereo y typo, que

significan “sólido” y “molde” respectivamente. (Cook y Cusack, 2010, p. 31)

Los estereotipos de género degradan a las mujeres, les asignan roles en la sociedad y devalúan sus atributos y características. La sociedad crea prejuicios sobre la inferioridad de las mujeres y sus roles estereotipados generan irrespeto por ellas, además de su devaluación en diferentes ámbitos de la sociedad. Las mujeres pueden ser condicionadas socialmente para internalizar los estereotipos negativos sobre sí mismas y asumirlo como el papel de subordinado y pasivo que consideran apropiado para su estatus en sociedad. Cuando las sociedades no reconocen ni eliminan tales prejuicios ni los estereotipos, se cometen las violaciones de los derechos de las mujeres, permitiendo que los prejuicios y estereotipos injustos sobre las mujeres se reproduzcan en la sociedad, lo que causa una mayor devaluación de las mujeres.

Es fundamental analizar cómo estos estereotipos son socialmente aceptados, contruidos y moldeados en la sociedad. Estos estereotipos de género se hacen acerca de los atributos, características y roles de las mujeres, sean acertados o no, estos son importantes fuentes de significaciones sociales, que llegan incluso a crear normas y valores sobre los cuales se construyen y se validan las estructuras sociales.

Los estereotipos nos ayudan a entender, simplificar y procesar los infinitamente variables atributos, características y roles individuales del mundo en que vivimos. Así, las personas pueden ser categorizadas o estereotipadas con base en varios criterios tales como su género, pigmentación de la piel, edad, idioma, religión, orientación sexual y origen racial o étnico. (Cook y Cusack, 2010, p. 32)

Estos estereotipos que están tan arraigados en nuestras sociedades son difíciles de deconstruir, ya que hacen parte de la vida diaria, en especial los estereotipos de las mujeres que se toman como propiedad bajo el control de los hombres; por ejemplo, los hechos violentos tales como violencia intrafamiliar y sexual. Estos son actos en los que se suele juzgar más a la víctima que al agresor. Evidenciar los estereotipos de género e identificar el daño que ocasionan, tanto al individuo, como al grupo al que pertenece y en especial a la sociedad es un ejercicio crítico y necesario para lograr su erradicación y con ello la vulneración a los derechos humanos.

Estereotipamos para diferenciar entre subcategorías a las personas y de esta forma, atribuir diferencias a los individuos, etiquetarlos y de alguna forma clasificarlos. También, se utilizan estereotipos para calumniar a las personas y otras veces para protegerlas o justificar lo que nos diferencia de ellas, para ponerle una identidad, para asignar normas y códigos que deben de seguir de

acuerdo con la forma en que se espera que hombres y mujeres vivan sus vidas según el rol que le asigne la sociedad.

A pesar de que una connotación negativa no es suficiente para que una generalización sea un estereotipo, muchos estereotipos de género conllevan esta clase de connotaciones negativas, en especial aquellos en que las mujeres son estereotipadas como inferiores a los hombres.

4.3 MARCO CONTEXTUAL

Esta investigación se centró en el análisis crítico del discurso (ACD), en la construcción de estereotipos femeninos desde la perspectiva de género en cuatro publicaciones del periódico Q'hubo de Cali, comprendido entre enero / marzo de 2022.

Para esta investigación se seleccionó el periódico Q'hubo de la ciudad Santiago de Cali, debido a que gran parte de sus publicaciones presentan una discursiva estereotipada e inequitativa de género. Esto hace que los hechos narrados, acontecimientos e ideas lleguen a sus destinatarios con una carga persuasiva y genere desinformación, debido a un manejo inadecuado del discurso periodístico que afecta su imparcialidad. Uno de los estereotipos de género que más repercusión tiene en la ciudad de Santiago de Cali, se asocia con la estética o la belleza de las caleñas. Estos estereotipos construidos socialmente se mantienen y se refuerzan, principalmente por la cultura característica de la ciudad.

El periódico el Q'hubo, se originó en la ciudad de Cali en el año 2005 por el diario El País. Durante esa época, otras casas editoriales de Colombia comenzaron a explorar el camino del periodismo popular, en busca de un complemento a sus diarios tradicionales. El primero de octubre del año 2008, se dio origen al proyecto Q'hubo del Grupo Nacional de Medios, que llegó así a diferentes regiones de Colombia.

El periódico buscó satisfacer las necesidades informativas de un amplio sector de la población, perteneciente a los estratos socioeconómicos 1, 2 y 3 al ofrecer un producto ágil y descomplicado. Este proyecto editorial se gesta como respuesta a un sector que no estaba identificado con ningún medio escrito que reflejara su realidad.

El contenido del periódico trata temas judiciales, de comunidad, farándula y deportes; el Q'hubo ofrece a la comunidad un espacio para realizar denuncias de los hechos que afectan a los diferentes sectores de la ciudad de Cali, por medio de imágenes impactantes, acompañadas de humor. Su estructura temática está diseñada de la siguiente forma, la primera sección denominada

“Así Pasó”, se enfoca en relatar las historias del común de los barrios de la ciudad. Esta se enfoca en el ámbito judicial utilizando un lenguaje simple y gráfico. La segunda sección se basa en la Comunidad, denominada “Mi Gente”, que intenta tomar la representación de los estratos menos favorecidos para denunciar y tratar de solucionar sus problemas, seguido de la sección de entretenimiento en la que los lectores encontrarán crucigramas, horóscopo, etc. Y finalmente la sección de deportes, como el fútbol, el atletismo y el ciclismo.

El Q'hubo es un diario sensacionalista publicado por El Grupo Nacional de Medios. Las características de un diario sensacionalista tratan de transmitir las noticias, haciendo que estas se vuelvan cada día más inmediatas. Es así como los periódicos para intentar no desaparecer y adaptarse a los cambios, introdujeron en sus páginas noticias cuyos contenidos hacen uso explícito de sangre, sexo y tragedia desmedida. Ellos apelan a un lenguaje llamativo y a la utilización de verbos como: asesinar, atracar y matar, para enfatizar el morbo de las notas periodísticas; también es recurrente la identificación de los roles sociales de los protagonistas y el uso de expresiones coloquiales tanto en sus titulares como en el resto de los artículos.

Estas formas constituyen las características generales y las estrategias utilizadas para llamar la atención de los lectores. Se pretende en ellas acercarse a la oralidad, emotividad y a la cotidianidad de los sectores populares. La información es un producto institucional dentro de un ambiente de intereses y presiones específicas. Por lo tanto, cada empresa debe evolucionar para adquirir ganancias, conocer las necesidades de sus lectores e implantar estrategias que permitan incrementar la audiencia, la inversión, la publicidad y el marketing.

Los lectores del periódico el Q'hubo a nivel nacional son alrededor de 1.900.959. Que corresponden a los niveles socioeconómicos 1,2 y 3, a nivel nacional se conforman así, estrato 1 con 366.999, luego está el estrato 2 con el mayor número de lectores 694.382 y por último las personas pertenecientes al estrato 3 con 613.179. Sus lectores son hombres y mujeres de 25 años en adelante, que representan el 52% y 48% de la audiencia que consume alrededor de 70 noticias diarias. Según EGM (Estudio General de medios), de los lectores de Q'hubo el 10% también lee ADN, esto quiere decir que Q'hubo cuenta con 90% de audiencia, el 5% lee **El tiempo**, que representa el 95% y solo el 1% de sus lectores lee **El Espectador**.

En la ciudad de Cali el periódico el Q'hubo cuenta con alrededor de 316.013 lectores, a diferencia del ADN que cuenta con 187.703, El País con 170.093, Extra 65.170, El Tiempo 55.936. De estos datos se deduce que el Q'hubo es el periódico con más audiencia en la ciudad, preferido por los habitantes de los estratos socioeconómicos 1,2 y 3. Esto aporta al periódico ingresos de alrededor COP \$17.473 millones según cifras de Media Ownership Monitor Colombia (MOM).

El sensacionalismo que brinda el periódico el Q'hubo se ha convertido en el núcleo de las noticias como prensa popular según lo demuestra la cifra de sus lectores a nivel nacional, no obstante aunque su trascendencia despierte gran interés en el público por su tono llamativo y su lenguaje explícito, sin embargo, genera rechazo especialmente en una de sus secciones llamadas "Zona rosa" y "Chicas Q'hubo" puesto que da entrada a la polémica, el morbo, y el sesgo informativo, ya que por esto algunos consideran su lenguaje explícito un tema despectivo.

En un estudio realizado por estudiantes de la universidad de Cartagena del programa de comunicación social, sobre las percepciones que tienen los lectores de Cartagena de los periódicos el Q'hubo y el Teso en torno a su diseño y discurso, se afirma que, en el caso del diseño periodístico, la estética se encuentra ligada a las formas del lenguaje y a otros componentes comunicacionales. El anterior se convierte en un método eficaz para persuadir y atraer información porque usualmente despierta sensaciones o emociones en los lectores de un diario, lo que ocurre, sin duda, en la prensa popular. Muchos afirman que el éxito de este tipo de prensa se debe sobre todo a su carácter popular, pero también a su estética, pues la estética del medio se configura desde y hacia lo popular o barrial. Sin embargo, algunos ciudadanos sostienen que, en varias ocasiones, el tratamiento de la estética reflejada en este periódico puede llegar a rozar con modelos sensacionalistas que interfieren con la ética periodística.

5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

Este trabajo de grado desarrolló una investigación de enfoque cualitativo de tipo analítico y descriptivo, puesto que buscaba analizar los estereotipos desde la perspectiva de género mediante el análisis crítico de discurso, para conocer como inciden en la sociedad. La descripción se presenta a partir de las dinámicas de los medios y el manejo del discurso periodístico en las publicaciones del periódico Q'hubo de Cali.

Desde el análisis crítico del discurso y partir de los datos obtenidos se busca abordar la reflexión social (Van Dijk, 1999), ya que es un tipo de investigación analítica sobre el discurso, estudia primariamente el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y ocasionalmente combatidos, por los textos orales y escritos en el contexto social y político, el discurso del poder, los discursos de los media y los estudios feministas.

“Se encuentra orientada hacia un modo de análisis lingüístico-discursivo a partir del cual se pueden obtener datos concretos para el estudio de problemáticas sociales desde el discurso y con fundamentos lingüísticos”. (Marche, 2020, p.14).

5.2 DISEÑO DEL ESTUDIO

- **Organización y clasificación de la información**

- Se diseñaron y organizaron las fichas necesarias para la recolección de datos que permitió realizar el levantamiento de la información del trabajo de campo de la presente investigación, que serán de apoyo para escribir los capítulos de este estudio.

- **Análisis y conclusiones**

- Los hallazgos durante la recolección de información.

- Realización de los capítulos de la presente investigación, mediante la información recolectada con relación a las categorías de análisis previamente planteadas.

- Conclusión en respuesta a los objetivos planteados en la investigación.

5.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Las técnicas de análisis de información se dan a partir de la recolección y revisión documental y técnica de observación de las publicaciones del periódico Q'hubo de Cali. La investigación documental es una técnica de investigación cualitativa que se encarga de recopilar y seleccionar información a través de la lectura de documentos, libros, revistas, grabaciones, filmaciones, periódicos, bibliografías, etc. Por la cual intenta obtener, analizar, interpretar y comparar información sobre un objeto de estudio a partir de un cúmulo de fuentes. En cuanto a la revisión implica mirar documentos de especialistas en roles de género, estereotipos, relaciones de poder, entre otros.

Por medio de esta es posible obtener información valiosa para lograr el encuadre que incluye, básicamente, describir los acontecimientos rutinarios, así como los problemas y reacciones más usuales de las personas o cultura objeto de análisis, así mismo, conocer los nombres e identificar los roles de las personas es clave en esta situación sociocultural (Sánchez, Fernández, y Díaz, 2021, p. 6).

5.5 CATEGORÍAS DE ANÁLISIS

Se abordarán las siguientes variables, categorías de análisis, técnicas e instrumentos para la recolección de la información:

5.5.1 Análisis Crítico del Discurso

Para la variable de análisis crítico del discurso, se incluyeron las categorías de análisis: el género periodístico de información, como la noticia y la estructura que la componen: titular, lead y cuerpo, por cada una de las cuatro publicaciones del periódico Q'hubo de Cali. La información se levantó por medio de la técnica de recopilación documental y se consignó en el instrumento ficha de lectura, la cual se diligencia para cada uno de los números que constituyen la muestra del estudio. El diseño del instrumento puede observarse en detalle a continuación.

5.5.2 Perspectiva de género y estereotipos

En cuanto a la variable perspectiva de género y estereotipos, las categorías de análisis corresponden a Identidad de género e Inclusión de género, la información de cada categoría de análisis se levanta mediante la técnica de

análisis documental y se consigna en el instrumento matriz de perspectiva de género en el discurso periodístico de elaboración propia, la cual se diligencia por cada uno de los números que constituyen la muestra del estudio.

5.5.3 Los medios de comunicación en la esfera pública

En la sociedad actual el concepto de opinión pública es incomprendible sin referirnos a la actuación de los medios de comunicación. Pero no se trata únicamente de la labor de los media como vehículos para la información y plataformas para la discusión colectiva. Los media popularizan valores, actitudes y modelos de conducta y su enorme capacidad de influir despierta una razonable preocupación entre los ciudadanos. Esta comunicación analiza siete cuestiones que ilustran las fricciones entre ciudadanía y medios de comunicación en la sociedad contemporánea.

6. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

6.1. CAPITULO I: ESTEREOTIPOS CREADOS A TRAVÉS DE LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS EN EL PERIODICO Q'HUBO DE CALI.

Para el desarrollo de este primer capítulo se recopilaron y se revisaron 20 ejemplares del periódico Q'hubo de Cali, durante el primer trimestre del año comprendido entre enero y marzo del 2022. Durante el proceso de recolección documental, se encontraron ocho noticias en el mes de enero, siete recopiladas durante febrero y cinco de ellas correspondientes al mes de marzo. Entre ellas se seleccionaron cuatro noticias, bajo los siguientes criterios de selección: el titular, la imagen y el contenido de las publicaciones, en donde se logró identificar algunos estereotipos y en donde se muestra a la mujer desde el consumo.

A continuación, se muestra en la tabla los 20 ejemplares que se revisaron y que se organizaron por fecha, titular de la nota, los estereotipos que se hallaron, una descripción del contenido de la publicación, autor del texto, el enlace. Se resaltan las cuatro noticias que fueron seleccionadas para la realización de este estudio.

Ver tabla 1

Tabla 1. Tabla de publicaciones mes enero (ocho noticias)

Tabla de Publicaciones					
Enero del 2022					
Fecha	Título	Estereotipo	Descripción	Autor	Link
Enero 06 del 2022	'La Jesuu' habló del 'bullying' que sufrió por su peso	Belleza, físico.	Es una de las influenciadoras más reconocidas del país, la vida para Valentina Ruiz. 'La Jesuu', nunca ha sido fácil. Así lo dio a conocer la joven luego que decidiera hablar de como fue víctima del 'bullying' debido a su peso corporal. "La gente me decía que ballena Willy, que Majin Boo, que el toro", indicó sobre los apodos que recibía.	Por Redacción web para Q'hubo Cali	https://www.qhubocali.com/zona-rosa/la-jesuu-hablo-del-bullying-que-sufrio-por-su-peso/
Enero 06 del 2022	Paola Jara mostró cómo está tras "subir de peso"	Belleza, físico, excitables, delicadas, femeninas, cuerpos sexuales.	La intérprete de "Como si nada" mostró su tremendo cuerpo en ropa deportiva, con un corto top y un ajustado pantalón y pese a los hágalos recibidos, aseguró que está pasada de kilos. Según la mujer, su forma de alimentación cambió lo que hizo que se notara uno gorditos de más.	Por Dayana Buritica para Q'hubo Cali	https://www.qhubocali.com/zona-rosa/paola-jara-mostro-como-esta-tras-subir-de-peso/
Enero 07 de 2022	Kata es una 'muñeca' hecha en un quirófano	Belleza, físico, excitables, femeninas, cuerpos sexuales.	Con un cabello rubio abundante, labios gruesos y cuerpo exuberante, Katalina Jaramillo Henao -una paísa de 27 años- le abrió las puertas de su casa a Q'hubo para contar su historia de vida y como pasó de ser Alejandro a ser la mujer que hoy aparece en su documento de identidad. Para su familia fue muy duro aceptarlo, pues son de raíces "machistas y religiosas" por lo que tardaron casi 7 años en	Por Dayana Buritica para Q'hubo Cali	https://www.qhubocali.com/especiales/kata-es-una-muneca-hecha-en-un-quirofano/
Enero 12 de 2022	Jessica Cediél se 'calentó' por críticas de su video en tangas	Belleza, físico, excitables, delicadas, femeninas, cuerpos sexuales.	Luego de que encendiera las redes con un 'caliente' video que recibió críticas, Jessica Cediél se despachó con quienes no estuvieron de acuerdo. La presentadora sorprendió a sus seguidores bailando en ropa interior; a ritmo de reggaetón la mujer se dejó ver moviendo las caderas en tangas y con un crop top. El video que fue publicado en sus redes sociales no fue muy	Por Dayana Buritica para Q'hubo Cali	https://www.qhubocali.com/zona-rosa/jessica-cediel-se-calento-por-criticas-de-su-video-en-tangas/

Tabla 1 (Continuación)

Enero 20 de 2022	¿Qué le pasó? Sara Uribe confiesa por qué no muestra su ombligo	Belleza, físico, maternales, delicadas, femeninas, cuerpos sexuales.	Luego de que sus seguidores le manifestaran curiosidad por nunca subir fotos con su abdomen descubierto, Sara decidió contar por qué no lo hace. En un principio la mujer se limitó a dar detalles e indicó que "no me gustó cómo me quedó el abdomen, y uno se pone con lo que se siente bien".	Por Dayana Buritica para Q'hubo Cali	https://www.qhubocali.com/zona-rosa/que-le-paso-sara-uribe-confiesa-por-que-no-muestra-su-ombligo/
Enero 22 de 2022	Lesly, la paisa que conquistó Dubái y Playboy	Belleza, físico, excitables, delicadas, femeninas, cuerpos sexuales.	Lesly vive y trabaja desde hace un año en los Emiratos Árabes y es la nueva conejita de la importante revista. La paisa a quien su constancia y dedicación la tienen hoy como chica Playboy y modelando, nada más y nada menos, que en Dubái. ¿Qué le dicen cuando cuenta que es de Medellín? Me dicen como 'wow, colombiana, son las mujeres más lindas' y mencionan a Shakira, James Rodríguez y a Pablo Escobar. Yo les menciono la diversidad que tenemos, la comida tan fresca que tenemos,	Por DJaramillo y Yuliana Zuleta Villegas para Q'hubo Cali	https://www.qhubocali.com/zona-rosa/lesly-la-paisa-que-conquistó-dubai-y-playboy/
Enero 24 de 2022	Cayó banda que usaban mujeres 'buenonas' para engañar a sus víctimas y robar en casas	Belleza, físico, excitables, femeninas, cuerpos sexuales.	La banda 'Los Nachos' estaba integrada por seis mujeres y cinco hombres que se dedicaban a la comisión de hurtos a residencias en la modalidad de engaño. Su accionar, según las autoridades, se basaba en utilizar mujeres bellas y voluptuosas para engañar a las víctimas, en su mayoría personas de la tercera edad, donde se hacían pasar por parientes, trabajadores de entidades de salud y/o colaboradores de empresas	Por Achica para Q'hubo Cali	https://www.qhubocali.com/asi-paso/usaban-mujeres-buenonas-para-engañar-a-sus-victimas-y-robar-en-casas/
Enero 26 de 2022	Diana, una modelo con piel y agallas de 'acero'	Belleza, físico, delicadas, femeninas, cuerpos sexuales.	'Diana Vitiligo', como se hace llamar en redes sociales, es auxiliar de enfermería desde hace 10 años en la Clínica Valle del Lili. "El vitiligo llegó a mi vida cuando yo era modelo para la marca Ron Viejo de Caldas, empezó con una manchita -que yo creía era un lunar- y cuando se fue esparciendo, me hice una biopsia y me dijeron que era esa enfermedad lo que invadía mi cuerpo", añadió. En ese momento la depresión se llevaba cada uno de los días de esta bella mujer, pues a sus cargas económicas se sumaba esta afección en la piel, que cada vez se notaba más. Se sentía	Por Redacción web para Q'hubo Cali	https://www.qhubocali.com/especiales/video-especial-diana-una-modelo-con-piel-y-agallas-de-acero/

Tabla 2. Publicaciones Febrero (Siete Noticias)

Febrero del 2022					
Fecha	Título	Estereotipo	Descripción	Autor	Link
Febrero 16 de 2022	Una silla de ruedas la llevó a convertirse en modelo	Belleza, físico, débiles, menos importantes, frágiles, vulnerables	<p>No hay nada que pueda derrumbar los sueños de Vicky, quien, a pesar de sufrir de una discapacidad, hoy es modelo y en octubre representará a Colombia en un certamen de belleza internacional.</p> <p>Pensaba que por su actual situación no podía realizarlo. Pero de repente, un día su vida cambió y ahora representará a Colombia en el certamen Miss Wheelchair World, evento que rompe el estereotipo de belleza de la mujer</p>	Por Achica para Q'hubo Cali	https://www.qhubocali.com/especiales/una-silla-de-ruedas-la-llevo-a-convertirse-en-modelo/
Febrero 18 de 2022	¡Sin filtro! Yina Calderón mostró su cuerpo luego de sus cirugías	Belleza, físico, excitables, delicadas, femeninas, cuerpos sexuados.	<p>Yina mostró cómo va su cuerpo luego de las cirugías que se realizó para poco a poco convertirse en la Barbie humana de Colombia.</p> <p>su más reciente post donde se mostró sin faja ni filtro, evidenciando el pequeño tamaño de su cintura, con el que dividió posturas entre sus millones de seguidores.</p> <p>Algunos halagaron su nueva figura mientras que otros,</p>	Por Redacción Qhubo para Q'hubo Cali	https://www.qhubocali.com/zona-rosa/sin-filtro-yina-calderon-mostro-su-cuerpo-luego-de-sus-cirugias/
Febrero 18 de 2022	Karol G se desnudó para celebrar su cumpleaños	Belleza, físico, excitables, delicadas, femeninas, cuerpos sexuados.	<p>La cantante Karol G celebró su cumpleaños desnudándose al mejor estilo de 'La Sirenita' y compartió las fotos en sus redes sociales.</p> <p>En las imágenes, que le han dado la vuelta a las redes convirtiéndose en tendencia rápidamente, la famosa 'Bichota' apareció en varias poses, en las que sobresalió su enorme cola y su esbelta figura, la cual viene</p>	Por Redacción web para Q'hubo Cali	https://www.qhubocali.com/zona-rosa/karol-g-se-desnudo-para-celebrar-su-cumpleanos/

Tabla 2 (Continuación)

Febrero 18 de 2022	Así funciona la 'universidad' de las modelos webcam en Cali	Belleza, físico, excitables, delicadas, femeninas, cuerpos sexuales.	Se ha vuelto muy común ver que el modelaje webcam es cada vez más popular como una fuente de ingresos. No obstante, para quienes ejercen esta labor no es tan sencillo, pues existen varios detalles que pueden hacer la diferencia entre el éxito y el fracaso.	Por kmartinez para Q'hubo Cali	https://www.qhubocali.com/especiales/asi-funciona-la-universidad-de-las-modelos-webcam-en-cali/
Febrero 20 de 2022	Bellísimas hermanas transportaban tremendas armas	Belleza, físico, delicadas, femeninas, cuerpos sexuales.	Al parecer, las mujeres fueron requeridas para una requisita que intentaron evadir con sus atributos físicos. Sin embargo, un poco de nerviosismo las delató e hizo que los uniformados revisaran y se percataran de que transportaban un poderoso armamento en el vehículo.	Por Dayana Buritica para Q'hubo Cali	https://www.qhubocali.com/asi-paso/bellisimas-hermanas-transportaban-tremendas-
Febrero 25 de 2022	Yina Calderón mostró cómo le quedó su nuevo ombligo	Belleza, físico, excitables, cuerpos sexuales.	La influenciadora Yina Calderón, quien busca lucir como una Barbie, contó que su cirujano le hizo un nuevo ombligo. Hace algunos días Yina se sometió a varias cirugías para quedar como soñaba, entre ellas, aumento de senos, lipoescultura con un amarre del músculo tipo corset y según ella, se retiró un par de costillas.	Por Dayana Buritica para Q'hubo Cali	https://www.qhubocali.com/zona-rosa/yina-calderon-mostro-como-le-queda-su-nuevo-ombligo/
Febrero 28 de 2022	A reconocida actriz le pusieron biopolímeros en la pierna para "quitarle celulitis"	Belleza, físico, delicadas, femeninas.	Se trata de Estefanía Borge, quien a través de su cuenta de Instagram contó a sus seguidores que hace algunos años le inyectaron biopolímeros en su pierna izquierda. De acuerdo con la mujer, asistió a una estética para que le ayudarán a disminuir celulitis que tenía en esa zona, por lo que le indicaron que se la retirarían mediante un procedimiento llamado mesoterapia que consistía en un	Por Dayana Buritica para Q'hubo Cali	https://www.qhubocali.com/zona-rosa/a-reconocida-actriz-le-pusieron-biopolimeros-en-la-pierna-para-quitarle-celulitis/

Tabla 3. Publicaciones Marzo (Cinco Noticias)

Marzo del 2022					
Fecha	Título	Estereotipo	Descripción	Autor	Link
Marzo 04 de 2022	Duró ocho años de monja y después se volvió webcam	Belleza, físico, modestas, delicadas, maternales	<p>Yudy es una modelo webcam que antes de ser reconocida en el mundo digital, solía estar dentro de un convento ayudando a las religiosas en los quehaceres y colaborando en la educación religiosa de niños.</p> <p>Ahora tiene dos hijos, a quienes fue muy difícil explicarles el trabajo de su mamá, pero tuvo que hacerlo, ya que en el colegio les estaban haciendo bullying por su profesión.</p>	Por kmartinez para Q'hubo Cali	https://www.qhubocali.com/asi-paso/duro-ocho-anos-de-monja-y-despues-se-olvio-webcam/
Marzo 11 de 2022	Yina se hará una "reconstrucción" para quedar como un barbie	Belleza, físico, excitables, delicadas, femeninas	<p>En su afán de lucir como una "muñeca barbie" Yina indicó que volverá a ingresar al quirófano, esta vez para reconstruir su cola.</p> <p>Meses atrás la empresaria de fajas aseguró que quería convertirse en una "muñeca barbie humana". De acuerdo con Calderón, su gusto y afición por estas muñecas, de las que tiene cientos, le llevaron a querer lucir igual a una.</p>	Por Dayana Buritica para Q'hubo Cali	https://www.qhubocali.com/zona-rosa/yina-se-hara-una-reconstruccion-para-quedar-como-un-barbie/
Marzo 15 de 2022	La actual Miss Universo está irreconocible, ¡fotos!	Belleza, físico, delicadas, femeninas, cuerpos sexuales.	<p>Tres meses después de haberse elegida como Miss Universo, Sandhu Harnaaz, está bajo fuertes críticas por el cambio de su aspecto físico.</p> <p>En una serie de fotografías que circularon en redes sociales se pudo ver que la Miss Universo 2021 había subido de peso, algo que muchos consideraron lejos de los estándares que les imponen a las</p>	Por Achica para Q'hubo Cali	https://www.qhubocali.com/zona-rosa/la-actual-miss-universo-de-la-india-esta-irreconocible-fotos/
Marzo 17 de 2022	'La Segura' mostró cómo quedó su cola tras retirarse biopolímeros	Belleza, físico, excitables, delicadas, femeninas, cuerpos sexuales.	<p>Natalia Segura, mejor conocida en redes como 'La Segura', fue sometida recientemente a un cirugía para que le retiraran los biopolímeros que tenía en la cola. En medio de su proceso, la creadora de contenido ha invitado a otras mujeres a decirle NO a los biopolímeros pues además de los riesgos que implica para la salud, el retiro es tormentoso, detalla que vivió un "infierno".</p>	Por Dayana Buritica para Q'hubo Cali	https://www.qhubocali.com/zona-rosa/la-segura-muestra-como-queda-su-cola-tras-retirarse-biopolimeros/
Marzo 22 de 2022	Mamá de Yina se le midió al baile de Anitta casi desnuda y encendió las redes	Belleza, físico, excitables, cuerpos sexuales.	<p>Con muy poca ropa la madre de Yina Calderón se le midió al reto de baile de la cantante Anitta y encendió la redes sociales. El baile consiste en mover la cola en una posición de 'lagartija'; la mujer lo hizo con un body de color negro en estilo tanga y con botas. Muy sensual, la mujer salió de un ascensor y se tiró los 'pasos prohibidos'.</p>	Por Dayana Buritica para Q'hubo Cali	https://www.qhubocali.com/zona-rosa/mama-de-yina-se-le-midio-al-baile-de-anitta-casi-desnuda-y-encendio-las-redes/

6.1.1. Constructo de belleza a partir de los estereotipos que se reafirman en el periodismo local

Los estereotipos se aprenden a lo largo del proceso de socialización de los seres humanos, son una forma de categorización que se le asigna a las personas según su entorno, estos pueden ser heredados de su cultura o muchas veces provienen de sus familias. Nadie nace con ellos, todos son aprendidos y se utilizan con grupos o individuos, con la intención de clasificar a las personas según sus características o roles, estos se le asignan tanto a hombres como a mujeres, en sus funciones físicas, biológicas, sexuales y sociales. Cada sociedad o cultura se ha encargado de crear o modificar estos estereotipos, que en su mayoría son más comunes y se ven reflejados hacia las mujeres.

Los estereotipos identificados durante el proceso de selección de las noticias del periódico Q'hubo de Cali, en su mayoría muestran a la mujer desde la feminidad, la belleza y tiende a sexualizar los cuerpos desde las imágenes que utiliza, el periódico para presentar la noticia.

Figura 1. Noticia #1 el cuerpo sin kilos de más.



Fuente: Periódico Q'hubo de Cali, (2022).

En la primera noticia seleccionada, se presentan los estereotipos relacionados con la belleza y el físico, que se dan a partir de la sociedad de consumo. Con ellos se vende una imagen de la mujer con ciertas características fisonómicas, esto debido a que la sociedad ha creado una idealización de los cuerpos de las mujeres.

Para Carosio (2008) en “El género del consumo en la sociedad de consumo”. Las mujeres en la cultura del consumo son individuos que no escapan de la tradicional norma del sistema sexo-género, en la que se les obliga a ser un producto destinado para el placer del otro y a su vez, las hace consumidoras de productos que se caracterizan por reproducir la belleza estereotipada y legitimada por la publicidad. Estos estereotipos construidos socialmente se mantienen y se refuerzan, como en este medio de comunicación que lo resalta diariamente a través de sus imágenes que muestran a mujeres que destacan por sus atributos físicos. Al igual que en la sociedad de consumo, se observa que la imagen de la mujer está cambiando constantemente, pero que, aun así, en su mayoría tienen las mismas características basadas en tener una buena figura corporal.

El deleite de ser joven, ya sea con la asistencia de la cirugía o del ejercicio físico, hermanado a todos los accesorios que son posibles de comprar, han proporcionado un mercado distinto; el de la belleza como la gran mercancía. Es este mundo subjetivado en donde el cuerpo hermoso y delgado es un nuevo santuario. El control del peso se transforma para muchos en el eje de la vida, el punto de partida de la gran carrera, ser joven cada vez más, en la medida en que se es menos. Buscar nuevos atributos al cuerpo, es cambiar la imagen, buscar mayor aprobación. (Sossa, 2011, p.10).

En las sociedades de consumo la publicidad, el marketing, las redes sociales y los medios de comunicación juegan un papel importante en la creación de contenido estereotipado. En el caso del periódico Q'hubo de Cali podemos encontrar este tipo de contenidos en su titular y cuerpo de la noticia. “La intérprete de "Como si nada" mostró su tremendo cuerpo en ropa deportiva, con un corto top y un ajustado pantalón y pese a los halagos recibidos, aseguró que está pasada de kilos”. (Buritica, 2022). Este tipo de noticias son un claro ejemplo de lo que la sociedad y la industria se ha encargado de reproducir y vender; la idea de que las mujeres deben tener ciertas medidas específicas en sus cuerpos y que por ello se han creado productos, dietas o ejercicios específicos para bajar de peso y se ha creado una percepción, de que tener unos kilos de más no está bien visto.

El prototipo de mujer adaptada a la contemporaneidad es la de una joven alegre, exitosa, productiva y sensual, que además de facilitar el placer para otros, debe ceñirse al imperativo del goce sin límites y, sobre todo, sin cuestionamientos. Por eso las pobres, las feas, las viejas, las sufrientes y en especial las “gordas” no son visibles, o se trata de que se mantengan ocultas; las sociedades las disciplinan proponiendo a un ideal para todas centrado en una juventud eternamente leve y feliz (Carosio, 2008, pp.35,36).

Los productos pueden cambiar y ser momentáneos como modas o tendencias, pero, el modelo de mujer compradora de productos de belleza o de vestir para estar más joven, más delgada, con menos arrugas, sigue siendo el precepto, el ideal de belleza femenino que impone el sistema capitalista y patriarcal, que se sigue replicando en medios de comunicación como en el caso del periódico Q'hubo de Cali.

Figura 2. Noticia #2 el moldeamiento del cuerpo en el quirófano



Fuente: Periódico Q'hubo de Cali, (2022)

La apariencia física de las personas, en este caso el de las mujeres, suelen ser juzgados con frecuencia, en especial los cuerpos que son diferentes a los estereotipos establecidos. Actualmente las sociedades modernas tienen un concepto de belleza muy marcado que puede influenciar positiva o negativamente en la vida de las personas. Algunas de las inferencias de que exista tal presión sobre el cuerpo femenino abarca el ámbito económico y social, pero este tipo de presión social puede llegar a causar problemas de salud, como la anorexia, bulimia, e incluso procedimientos estéticos en lugares que no cumplen con ciertas normas exigidas por el ministerio de salud. etc.

Las intervenciones quirúrgicas abandonan el limitado cerco del campo médico relacionado con la búsqueda de la salud física para transportarse en el campo de lo estético. La propuesta es reciclar el cuerpo, cómo si se tratase de una obra arquitectónica, junto a la contribución de los procedimientos estéticos no quirúrgicos, el ejercicio y las dietas (Liévano, 2012, pp. 20, 21).

Las cirugías plásticas se han convertido en una práctica estandarizada en la construcción de estereotipos que se relacionan con la idealización de lo que es la belleza. Durante la recolección documental se logró evidenciar que este tema es el que más sobresale en las publicaciones del periódico Q'hubo de Cali, ya que se refleja en las imágenes que acompañan el titular y el cuerpo de la noticia. "Su más reciente post donde se mostró sin faja ni filtro, evidenciando el pequeño tamaño de su cintura, con el que dividió posturas entre sus millones de seguidores". (Redacción Q'hubo Cali, 2022). El cuerpo está cargado de un simbolismo cultural, este se puede moldear y transformar según la cultura en la que se encuentre. Actualmente en la imagen corporal se resaltan los cuerpos moldeados, voluptuosos y armónicos según la cultura caleña.

Los medios de comunicación juegan un papel importante en la rápida propagación del concepto de belleza globalizado, por eso hoy en día la mayoría de las mujeres tienen un ideal de belleza estandarizado. Hay un prototipo a nivel internacional, con cuerpos delgados, pero desde la cultura caleña, el ideal que prometen los medios de comunicación son los voluptuosos, estos que se transforman en el quirófano, no solo para el entretenimiento y la moda, sino también para el ejercicio de ver y sentir cuerpos con curvas moldeadas. Los medios de comunicación por su parte suelen escoger a mujeres altas y delgadas como imagen de campañas publicitarias o como iconos del entretenimiento, pero en las publicaciones del periódico Q'hubo de Cali, se demarca un poco más la voluptuosidad.

Figura 3. Noticia #3. el cuerpo erotizado desde las plataformas digitales



Fuente: Periódico Q'hubo de Cali, (2022).

La tecnología y las nuevas formas de comunicación son áreas que han influido en el concepto de imagen femenina de la sociedad actual. Estas, además de que han cambiado la manera de relacionarnos con los demás, han puesto a nuestro alcance una gran cantidad de contenidos relacionados con la sexualidad, contenido que se puede consumir a través de páginas web. El envío de fotos o vídeos ha hecho que se aborde la sexualidad desde otro campo y ha modificado la manera de ver a la mujer como un objeto sexual o como un producto de consumo y no por sus capacidades o cualidades, sino por sus atributos físicos.

El modelaje webcam se define, a grandes rasgos, como un trabajo de entretenimiento enfocado en la realización de actos eróticos y de entretenimiento a través de una cámara web, en salas privadas o públicas situadas en páginas web, a cambio de dinero. Usualmente la mayoría de modelos webcam son mujeres que transmiten en un show individual, aunque existen parejas heterosexuales y homosexuales que también participan de esto (Orduz, 2020, p. 9).

La implementación de las tecnologías de la información y la comunicación dentro del trabajo sexual principalmente del modelaje webcam, también conocido como camming es un elemento importante para su ejercicio, que ahora junto con los avances tecnológicos, permite una aproximación y una experiencia sexual a través de dispositivos tecnológicos con una conexión a internet, que permite la interacción entre la trabajadora sexual y quien sea beneficiario del servicio.

Es necesario que las y los periodistas no reproduzcan estos estigmas y que nos llamen por nuestra identidad de trabajadoras. Somos personas, mujeres y hombres que ejercemos el trabajo sexual, adultas/os, con decisión y características específicas. Reproduciendo estereotipos, y tratándonos y llamándonos de manera equivocada, olvidan el hecho de que somos seres humanos que, en este momento de nuestras vidas, ejercemos este trabajo (RedTraSex, 2014, p. 5).

En el caso de esta noticia publicada por el periódico Q'hubo de Cali, "Yudy es una modelo webcam que antes de ser reconocida en el mundo digital, solía estar dentro de un convento ayudando a las religiosas en los quehaceres y colaborando en la educación religiosa de niños". (kmartinez, 2022). Se presenta el contenido con una imagen que puede generar diversas críticas, e incluso rechazo y discriminación hacia la mujer que protagoniza esta noticia, que produce contraste con el contenido "Ahora tiene dos hijos, a quienes fue muy difícil explicarles el trabajo de su mamá, pero tuvo que hacerlo, ya que en el colegio les estaban haciendo bullying por su profesión". a pesar de que en desarrollo de la noticia encontramos que se expone un caso de discriminación por tener una profesión que sigue siendo un tabú para la sociedad, el periódico resalta el trabajo de una manera muy sexualizada, pero no resalta el rol de mamá, sino que lo minimiza, en su discurso el periódico se centra en resaltar

más el trabajo que ejerce la mujer desde la erotización del cuerpo como consumo, más no resalta su papel de madre como responsable del bienestar de sus hijos.

Figura 4. Noticia #4 la reconstrucción de belleza



Fuente: Periódico Q'hubo de Cali, (2022)

Una de las causas desfavorables que tiene la existencia de estereotipos sobre los cuerpos de las mujeres es el rechazo al propio cuerpo, por eso tanto mujeres como hombres buscan maneras de lograr que su aspecto físico se parezca más a lo que la sociedad ve como algo aceptable, una de las formas para conseguir ese objetivo, es la cirugía estética, desde entonces el cuerpo pasó a ser algo modificable.

Proliferan novedosas tecnologías para alterar el estado "natural" de la fisonomía. Muchas de estas propuestas permiten ser utilizados en la comodidad del hogar lo que reafirma la inclinación por mantenerse en el ámbito doméstico y reforzar la individualidad. Asimismo, se encuentran en la vasta oferta mercantilista tecnologías cada vez más invasivas y reconstructoras de lo corporal que llevan a cuestionamientos recurrentes sobre qué es el cuerpo en la actualidad (Liévano, 2012, pp. 22-23).

El periódico Q'hubo de Cali resalta que la imagen del cuerpo femenino es algo que se puede moldear, en el titular de esta noticia podemos encontrar el término "reconstrucción", lo cual se puede interpretar como algo que se puede reparar, para intentar alcanzar el estereotipo o ese ideal de belleza impuesto por la sociedad. La transformación del cuerpo se ve influenciado principalmente por las redes sociales y medios de comunicación, que a su vez promueven las industrias del maquillaje, el cuidado personal, la ropa etc.

“En su afán de lucir como una "muñeca barbie" Yina indicó que volverá a ingresar al quirófano, esta vez para reconstruir su cola”. (Buritica, 2022). La tecnología permite reconstruir el cuerpo y al mismo tiempo las identidades, de manera que resulta posible la recreación de los cuerpos y la modificación de sus contenidos genéticos. La obsesión por el cuerpo perfecto es muy influida por la sociedad que invita a cultivar más lo externo que lo interno, porque la belleza se relaciona con el éxito.

El termino reconstrucción en el mundo moderno, es una constante, los cuerpos son y están movimiento, puesto que los estándares de belleza no son estáticos, la Modernidad Liquida, como lo plantea (Bauman, 1999) es una sociedad que está en constante tránsito, es incierta, al igual que la imagen que se construye alrededor de lo que momentáneamente se considera belleza. Pareciera ser que el cuerpo en estos momentos se encontrara en una decadencia de bienestar y por ello la constante necesidad de algunas figuras públicas, en este caso el de Yina Calderón, por “reconstruir” su físico constantemente, deshaciéndose de un cuerpo tradicional, natural, como un mecanismo de enfrentarse a los miedos y angustias que promete el mundo del espectáculo y el entretenimiento hoy en las redes sociales, enfatizando a través de sus publicaciones que el cuerpo se reconstruye cuando se debe vender.

6.1.2. Los principales estereotipos que se resaltan en las cuatro noticias del periódico

6.1.2.1 La belleza física

La belleza consiste en una serie de características que forman parte de una persona que toma en cuenta elementos como el glamur, el cuerpo, estilo y el arreglo personal, influenciados por modas que se han ido cambiando y modificando a lo largo de la historia. Esta, gran parte, se ha visto influenciada, transmitida y reproducida a través de los medios de comunicación en los que se han creado estereotipos que se ven marcados como tendencias. Los estereotipos son propios de las personas a quienes la sociedad somete a juicio, definiendo como estético, o en el caso contrario, como antiestético. Estos pueden generar aceptación o rechazo según el criterio, gusto, influencia socio-cultural o religiosa de cada persona.

6.1.2.2. El moldeamiento físico

Los estereotipos relacionados a las características físicas tienen que ver con la altura, peso, etnia, etc. Se dan a partir de patrones estéticos corporales, los cuerpos son valorados de distinta manera, dependiendo de cada sociedad; actualmente está de moda un cuerpo con un abdomen plano y que a su vez sea voluptuoso. Estos estereotipos han generado la sexualización del cuerpo de la

mujer que es tratada como un objeto sexual a quien se le minimiza la importancia de sus capacidades y es valorada según sus atributos físicos, por eso se tiende a cosificar su imagen y no la resaltan como ser humano. La cosificación deshumaniza las mujeres y las muestra como objetos no pensantes que pueden ser expuestos, explotados y utilizados como se desee.

La cosificación se considera como discriminación de género, pero la normalización social ha hecho que nos cueste identificarlo como tal. La sociedad de consumo y las redes sociales, nos muestra diariamente publicidad y mensajes subliminales que no somos capaces de analizar de forma consciente y que llegan a influir en la sociedad y finalmente se acaban aceptando.

6.1.3. Los roles de género que se reafirma por medio de las imágenes y contenidos textuales a través del periodismo del Q'hubo

Los roles de género están configurados y establecidos según las funciones y tareas que deben cumplir los hombres y las mujeres en una determinada sociedad, son conductas estereotipadas por la cultura, por tanto, pueden modificarse dado que son labores o actividades que se espera realice una persona según el sexo al que pertenece. Tradicionalmente desde el ámbito laboral se ha asignado a los hombres roles de políticos, mecánicos, jefes, etc., es decir, el rol productivo; y a las mujeres, el rol de amas de casa, maestras, enfermeras, etc.

En las cuatro noticias seleccionadas del periódico Q'hubo de Cali, los roles con mayor presencia se relacionan con la feminidad, la delicadeza y la pulcritud que se pretende que deben tener las mujeres, además, del rol de la maternidad que se origina desde la división tradicional de los roles de género, en la cual al hombre se le asigna el papel del que debe aportar económicamente a la familia y a la mujer se le asignó el cuidado del hogar, estos roles produjeron la exclusión de las mujeres del mundo laboral.

En las sociedades patriarcales, se construyeron dos esferas sociales diferenciadas: el mundo del trabajo-público (producción) y el mundo de la casa y la familia-privado (reproducción). Estos espacios marcan diferencias, distribuyendo tiempos, lugares, cotidianeidad y personas. Entre los/as miembros de la familia, las mujeres son responsables del mundo privado y los hombres del mundo público y responsables, a su vez, de la manutención económica de la familia (Guzzetti, 2012, p. 111).

La maternidad y la paternidad se forman aún sobre la base tradicional de los roles de género. Aunque los estereotipos sobre la maternidad es un tema que actualmente no se ve tan marcado como lo fue en el pasado, sin embargo, la imagen asociada al rol maternal se sigue viendo influenciada por la sociedad y

por eso la responsabilidad sobre la crianza y el cuidado de los hijos aún recae principalmente sobre la madre.

Al estereotipo de feminidad se asocian ciertas características y roles relacionados a la maternidad, trabajo doméstico y cuidado de otras personas, el ser cariñosas, sensibles, débiles, sentimentales y dependientes, este rol de género se da desde el ámbito privado, ya que se cree que es el rol natural que se acomoda más a la mujer.

La feminidad se expresa también en el uso del lenguaje y del comportamiento adecuado. Una de las funciones que cumplen los estereotipos es justificar la discriminación y la exclusión social que sufren algunos grupos, como era el caso de la noticia de la monja que se volvió webcam y que tiene dos hijos a quienes les estaban haciendo bullying en el colegio debido a la profesión que desempeña la madre, sin embargo, el medio no releva el ejercicio de la maternidad si no que lo asume como algo natural y no le da mayor relevancia en el desarrollo de la noticia.

“Yudy Pineda decidió servir en la iglesia como monja durante ocho años de su vida, pero decidió 'colgar' la sotana y dedicarse a ser modelo webcam” (kmartinez, 2022). Su rol se ve reflejado hacia el espacio de lo privado, ya que su lugar de trabajo se puede realizar desde la casa, pero que a través de las mediaciones tecnológicas llega a lo social. El rol de género en el espacio privado se da desde lo religioso y después, desde su trabajo como modelo webcam se lleva un espacio social mediado por las tecnologías.

La dicotomía pública/privado es una herramienta ideológica que justifica las limitaciones que enfrentan las mujeres para participar en actividades políticas y económicas y los hombres en labores familiares y comunitarias. Se trata de una “polaridad artificial” que ignora el continuum de actividades de la vida cotidiana. Los papeles de esposa, madre y ama de casa (Vázquez y Chávez, 2012, p. 3).

Las luchas de las mujeres han permitido que puedan ser observadas más allá de la vida doméstica. Estas circunstancias permiten ver cómo los roles de género se han venido modificando en el tiempo. Las relaciones de poder dentro de las sociedades se reflejan en redes sociales y se reproducen a través de ellas.

En el ámbito público, como en el caso de las artistas, políticas, presentadoras, o aquellas mujeres que se encuentran en el entorno de la esfera pública como lo son los medios de comunicación, son los roles que hoy se visibilizan, sin embargo, no escapan a condiciones femeninas estereotipadas. Aunque desde los roles de género han cambiado, no obstante, deben responder a estándares de belleza.

El rol de género desde lo público se evidencia en lo artístico en lo relacionado con la belleza, la reconstrucción del cuerpo, un cuerpo delgado que es un concepto traído desde Europa, junto con la modernidad y la sociedad de consumo. La mujer, aunque en la actualidad tiene un espacio de reconocimiento desde otros oficios, se le sigue asignando roles que corresponden a lo privado.

Lo público corresponde a lo social a la esfera pública en el que los individuos pertenecen, a la participación activa en una sociedad, es el ámbito donde desarrollan sus diferentes actividades, de relaciones sociales, laborales y políticas. Para lograr un acercamiento a los estudios de espacio público con perspectiva de género es importante lograr mantener una posición de escucha y respeto mutuo, de lo contrario toda propuesta estará regulada y condicionada por prejuicios y estereotipos que la mayoría de las personas pueden tener.

6.2. CAPÍTULO II: LAS RELACIONES DE PODER QUE SE CONSTRUYEN DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO

Para analizar las relaciones de poder en las cuatro noticias seleccionadas del periódico Q'hubo de Cali, fue necesario hacer una revisión documental de los siguientes textos académicos que reflejan y dan contexto a la temática de estudio, ellos son; a) Una lectura del género como dispositivo de poder por Amigot (2022) y Pujal, B.(2010) Lentes de género: lecturas para desarmar el patriarcado - Fundación Juan Vives Suriá, C. (2010) Feminismo y democracia de Vaamonde Gmao (2019) y los cuatro relatos noticiosos correspondientes a las notas seleccionadas. En relación con el significado, caracterización y formas de las relaciones de poder.

Las relaciones de poder identificadas se evidenciaron a partir del papel social en el que las mujeres son educadas para ser femeninas y los hombres para ser masculinos. Es decir, las relaciones de poder que se dan a partir del género están constituidas por cómo se organizan las relaciones sociales según las funciones y tareas que se exigen a los hombres y a las mujeres en la sociedad, estas se basan en la división sexual del trabajo.

Las sociedades legitiman los principios sociales, políticos y éticos esenciales mediante el ejercicio del poder, el cual es el control que unas personas o instituciones ejercen sobre otras para inducirlas a actuar de una manera regida por normas, reglas o principios comunes. El poder puede ser coercitivo, cuando se ejerce un control físico sobre el cuerpo, o discursivo, cuando se ejerce un control mental sobre los individuos (Vélez, 2011, p. 3).

El poder está determinado por la cultura, en donde la superioridad masculina está por encima de la femenina, y se crea a partir del hecho de controlar a las

mujeres, ya que el control de un grupo sobre otro es justamente lo que hace a los primeros superiores, de modo que las mujeres todavía se ven influenciadas por el poder de dominación de la sociedad patriarcal. Por tanto, sus oportunidades de desarrollo disminuyen y sus funciones sociales se determinan a partir de su clase, posición en el sistema familiar, educación y producción económica. El resultado del control es la estratificación de: hombres sobre mujeres; una clase sobre otra; una etnia sobre otra.

El ejercicio de poder implica, además, un principio de autoridad con control y administración de recursos económicos y humanos, así como la instauración de normas legitimadas por un discurso de verdad y la capacidad para penalizar su incumplimiento. Dado que el ejercicio de poder está ligado, además, a la normalización, la familia constituye un espacio en el que se juegan relaciones de poder". (Christiansen, 2012, pp. 149,150).

Las diversas sociedades se han caracterizado por alimentar una desigualdad en la visión, desempeño y equidad social, se construye así también la diferenciación social que en su mayoría se define por la dominación del poder de lo masculino sobre lo femenino. El poder ha producido un obstáculo importante en las posibilidades de las mujeres a desarrollarse de manera integral y a ascender a estratos personales y sociales de índole relevante.

En el ámbito laboral las actividades que realizan las mujeres no son reconocidas socialmente, mientras que en trabajo del hombre en valorado y bien remunerado, es una diferencia en donde se evidencia la opresión. Aunque, el espacio de lo público históricamente no ha sido un entorno para las mujeres, en la actualidad se han ido incorporando de a poco, pero, las exigencias y críticas por parte de la sociedad siguen estando presentes, como en el caso de las noticias, en el que el público les exige estar en buena forma, por eso se someten a dietas, e incluso procedimientos quirúrgicos en donde ambos casos pueden ser riesgosos para la salud.

7.1.1. Relaciones de poder expresadas en las cuatro noticias

7.1.1.1 Las mujeres y su trabajo en la esfera pública

En las cuatro noticias seleccionadas se presentan a mujeres con diferentes profesiones, como actriz, cantante y una de ellas trabaja como modelo webcam. En el caso de Yina Calderón y Paola Jara, ellas trabajan en el sector de la esfera

pública, en donde se puede apreciar que son más vulnerables a las críticas y que están expuestas a la presión social de las relaciones de poder entre los géneros, por lo tanto, se refleja que los hombres que trabajan en esta misma esfera con las mismas profesiones, no se evidencia tal exigencia por seguir ciertos lineamientos de belleza a comparación con las mujeres. Sin embargo, estar en la esfera pública les ha permitido ganar reconocimiento y tener una independencia económica que antes no les correspondía a las mujeres.

La esfera pública representa para las mujeres un lugar, donde se sienten y son percibidas como ajenas, un espacio que no ha sido diseñado para ellas sino para los hombres, pero estar en el espacio público implica visibilidad e invisibilidad. Son visibles como cuerpos de deseo, pero invisibles como sujetos de derechos, que buscan estar presentes en el espacio público, como lugar para el ejercicio de su libertad como ciudadanas, las exigencias de los públicos hacia estas mujeres son fuertes, y de no cumplir con sus expectativas, estarían vulnerables al rechazo y no aceptación de las masas. Puesto que históricamente las mujeres estaban “recluidas en el ámbito privado y familiar para satisfacer las necesidades y deseos de los hombres”. (Gamo, 2019, p. 4) situación que, aunque hoy ha cambiado, estar en la esfera pública, también le cobra un alto precio, como lo es su imagen física, situación que no están exigente para los hombres.

La inclusión laboral y productiva de la mujer a la esfera pública se ha ido estableciendo de manera paulatina, son muchos los espacios ganados en términos de inclusión, más no de igualdad. Por su parte los medios también generan desigualdad en el campo laboral de las mujeres, las exigencias que a ellas se les hace son fuertes, incluso, en ocasiones atentan contra sus vidas, su autoestima y seguridad.

La flaqueza se ha tornado distintivo imprescindible asociado a la autonomía, al éxito profesional, social y, desde luego, al éxito erótico. En este sentido, el mercado ha sabido sacar provecho, pues la oferta es amplia: gimnasios, centros de belleza, cirugías estéticas. (Sossa, 2011, p. 9).

En este sentido, el poder de las masas que en gran parte sostienen y le dan vida al capitalismo crean en las artistas inseguridades y una dominación hacia sus cuerpos físicos y emocionales, que finalmente viene a ser la reproducción de lo que otros quieren ver. Las publicaciones del periódico Q'hubo de Cali, surgen de la imposición de la sociedad para construir imágenes, y sin consideraciones la imposición de una imagen perfecta es y será una relación de poder hacia los cuerpos de la mujer que los medios de comunicación sexualizan.

El capitalismo con la ayuda de los medios de comunicación fomenta la relación de poder hacia las mujeres, instrumentalizando su concepto de belleza, “como

un imposible de alcanzar ... sí se constituyen en una aspiración constante que llega a convertirse en obsesión". (Muñoz, 2014, p. 12).

Se permite exigirles a las mujeres ser un instrumento de belleza como en el caso de la noticia de Paola Jara, en el que el talento no es suficiente si no se tiene un buen aspecto físico y de Yina Calderón, quien obedece a esa imagen de belleza moderna en el que busca alcanzar la imagen de una "muñeca Barbie" a través de múltiples procedimientos quirúrgicos. En ese cambio de la sociedad tradicional a la modernidad se le empieza a dar más importancia a la imagen, ese ha sido en gran parte el impacto que ejercen las sociedades económicas entorno a la construcción del cuerpo esbelto de las mujeres, un aspecto fundamental en el espacio laboral en el que se incluyen y participan, pero en condiciones de extrema exigencia y desigualdad frente a los hombres.

7.1.1.2. La esfera privada, sigue siendo el espacio de trabajo para mujeres

Desde lo privado, como en el caso de la noticia de Yudi la monja que inicialmente estaba en el convento, pero que actualmente es mamá y que trabaja como modelo webcam, se da un cambio de lo privado al espacio público, donde encontramos un espacio en el que los cuerpos de las mujeres están sexualizados y hay una opresión social y una evidente sociedad consumista en el que se paga para ver el cuerpo de una mujer. Aun así, este trabajo no escapa del ámbito privado, ya que es un trabajo que se puede realizar desde el hogar, además, sigue estando en un espacio donde el reconocimiento no es artístico, sino que cumple con el rol de satisfacer a los demás.

La imagen de las mujeres es la que se sigue relacionando a este ámbito, a pesar de que en la actualidad las mujeres estamos presentes en todos los sitios de la llamada esfera pública en los que deseamos estar, los estereotipos sexistas y la sumisión de las mujeres han hecho imposible su total incorporación al ámbito público en condiciones de igualdad, por ejemplo, que tanto hombres como mujeres tengan un salario equitativo. Es en estos ámbitos donde podemos observar todas las barreras que hay hacia las mujeres, la dificultad para conciliar la vida familiar y profesional.

Por otra parte, los estereotipos difundidos en los medios de comunicación han servido para presentar de forma diferenciada a los hombres y a las mujeres. Es así como los estereotipos implican relaciones de poder, jerarquizan a la gente de acuerdo a una norma establecida, admitiendo lo normal y aceptable y excluyendo lo anormal e inaceptable, en relación a los estereotipos originados por los discursos mediáticos que sobrevaloran el aspecto corporal, hay que destacar que en la sociedad se vincula el ser atractivo o atractiva con el éxito y con una mayor aceptación social.

7.3. CAPÍTULO III: EL ROL QUE TIENE EL PERIÓDICO Q'HUBO DE LA CIUDAD DE CALI, FRENTE A LA CONSTRUCCIÓN DE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO FEMENINO.

Los periódicos se constituyen en un medio informativo que rápidamente nos permite conocer la situación del país y el mundo. El periodismo es la actividad y práctica que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a la actualidad, especialmente aquella que sea de interés colectivo. Sus titulares y estructura de la noticia nos permiten entender la importancia y trascendencia de la noticia. Al igual que la ubicación de las fotografías y de los textos para hacernos una idea de la importancia de la noticia.

“El periodismo trabaja en la construcción de la actualidad. Contribuye a crear un “presente social de referencia”, como definía Gomis (2000) a la actualidad”. (Rost, 2014, p.6).

Por tanto, es importante leer más allá de la noticia e interpretar los espacios, los vacíos, las imágenes y todo aquello que nos pueda dar una pista del verdadero interés del periodista en publicar esa columna o nota periodística. Y que las perspectivas ideológicas y económicas van de la mano.

La influencia de los medios de comunicación social en la opinión pública es amplia y moldea gran parte de los constructos y comportamientos sociales, los medios dominantes de comunicación moldean socialmente, generan condiciones de legitimidad dominante, construyen opinión pública, y se han convertido en un arma estratégica de importancia clave para el control político y social.

En contradicción con lo que debería ser la prensa el periódico Q'hubo de Cali carece de objetividad, de un rol político y social, tiene una condición consumista a favor de una economía de consumo y esta se evidencia a través de su contenido en el que la imagen de la mujer se ve sexualizada y donde se muestra como un producto de consumo y se resaltan estereotipos asociados al constructo de belleza que se ve arraigado en la sociedad caleña.

En la actualidad los movimientos feministas han hecho una gran labor para la defensa de sus derechos. Sin embargo, lo que se resalta en este periódico es que se enfoca en la construcción de estereotipos y representaciones de las mujeres con fotografías y textos que reproducen y naturalizan esquemas provenientes de la sociedad patriarcal, en donde se da la sexualización del cuerpo y el periódico utiliza esta imagen para el consumo.

Las noticias no son sólo un producto mediático, son también una construcción social que expresa las contradicciones, conflictos y relaciones de poder existentes en la sociedad, esto es lo que el periodismo debería de mostrar, para empezar a cambiar paradigmas entorno a las relaciones de poder.

Aprovechando que los mensajes de los medios tradicionales hoy pueden ser disputados a través de medios digitales que, a la vez permiten a sus usuarios llegar a un círculo social mucho más amplio, no solo por las páginas web sino, también por plataformas de redes sociales tales como Twitter, Facebook e Instagram.

La mayor parte de los conocimientos que las personas poseen sobre los fenómenos sociales que acaecen a su alrededor no provienen de la experiencia personal directa sino de los medios de comunicación, que constituyen la principal fuente de información. En este sentido, los medios de comunicación actuarían estableciendo una lista de temas relevantes (en la medida de sus propios criterios de selección temática) que acabaría por condicionar la aproximación de los actores a la realidad social de su entorno (Álvarez, 2012, pp. 10-11).

El periódico sigue manipulando la imagen de la mujer y su bienestar al reproducir consumo de productos, gimnasios y cirugías y en especial a las personas que va dirigido estas exigencias provenientes del capitalismo, que se beneficia a través del medio, además, cabe resaltar que es uno de los periódicos más leídos de la ciudad.

En el ámbito del periodismo, la perspectiva de género implica desarrollar una información que reconozca la existencia de estereotipos y visibilice a las mujeres, tratando de construir mediáticamente una sociedad no sexista. La solución para ello pasaría por cambiar la representación que los medios hacen de las mujeres y aumentar los canales de participación para ellas (Rivas, 2020, p. 6)

En la actualidad, se ha ido desarrollando un periodismo que resalta a la mujer a través de sus contenidos y titulares para defender sus derechos y libertades, mediante el empleo de un lenguaje libre de sexismos que resulta fundamental para la construcción de un periodismo con perspectiva de género. Sin embargo, en el proceso de jerarquización de la información aún se ve cómo medios de comunicación dentro de sus titulares no enaltecen la imagen de las mujeres, sino todo lo contrario.

En las noticias presentadas por el Q'hubo se puede evidenciar esto; en el caso de Yudy, de monja a webcam “decidió colgar la sotana y dedicarse a ser modelo webcam” un comentario que hace resaltar que la imagen de su labor no se

percibe como algo bueno, lo mismo en la noticia de Yina, “se hará una reconstrucción para quedar como una barbie”, implica volver a crearse porque no se cumple con los estándares de belleza, o no cumple con un estatus de mujer bonita y delgada. Al igual que Paola, subir de peso parece ser lo peor que le puede pasar a una mujer. Los medios de comunicación, y en especial los que no poseen un carácter informativo, ya que se vinculan al sector del entretenimiento, han jugado un papel importante en la producción de estereotipos sexistas, que realzan la figura del hombre sobre la de la mujer.

El Q'hubo no ayuda a construir perspectiva de género, sino que por el contrario desdibuja las condiciones de la mujer, quien solo tiene valor por sus atributos físicos y este las muestra como un producto de consumo, por ende, no se ven resaltadas por sus capacidades. La forma en que presenta las noticias deja de lado la objetividad, solo busca vender, volviéndose un periodismo sensacionalista, que convierte toda la información en una narración estereotipa y sexualizada, olvidando los parámetros de lo ético.

7. HALLAZGOS

Dentro de la investigación se encontró que el periódico el Q'hubo de Cali, dentro de su práctica no corresponde a la ética periodística, utiliza la imagen de la mujer para vender a la sociedad de consumo, es un objeto del cual puede obtener beneficios al ser un contenido que llama la atención.

Se halló que el periódico resalta los estereotipos relacionados a la belleza física y el moldeamiento físico de los cuerpos de las mujeres a través de sus notas, va en contra de un periodismo que busca implementar la perspectiva de género, en cambio crea imaginarios colectivos, se refuerza la idea de tener un cuerpo con ciertos atributos físicos que al mismo tiempo sean delgados y esbeltos.

Los titulares de las cuatro notas representan una sociedad marcada por el consumo, que critica a las mujeres por sus características físicas, las desvaloriza, en su contenido resalta sus carencias haciendo que pierdan autoestima en sí mismas.

8. CONCLUSIONES

Las mujeres anteriormente se veían completamente ligadas al espacio privado y los hombres al espacio de lo público, en la actualidad a pesar de que las mujeres se han ido integrando y ganando más reconocimiento en el espacio público, donde se desarrolla la sociedad, aun se sigue replicando esa imagen de que la mujer debe estar en lo privado.

Se observa como la mujer sigue siendo manipulada por la sociedad de masas y los públicos, esto se evidencia analizándolo desde los roles de género, ya que nos permite conocer a profundidad, como la sociedad patriarcal y de consumo ha impedido el total acoplamiento de la mujer a espacios de participación ciudadana, esto sin que se les asigne un rol de amas de casa, e incluso estereotipos relacionados con la feminidad.

Se evidenció, a partir de la recolección documental, el periódico Q'hubo de Cali, hace uso de un lenguaje estereotipado, están presentes en sus titulares, contenido y en las imágenes, se muestra la mujer desde sus atributos físicos, es decir sexualiza su imagen, haciéndolas visibles para el consumo de la sociedad.

Sigue estando al servicio de las grandes industrias, haciendo uso de una ideología política de consumo para beneficio propio, manteniendo un círculo vicioso que no ayuda a construir otro tipo de cultura caleña, que no se vea marcada por los estereotipos.

REFERENCIAS

- Alonso, A. De la Maya Retamar, R., y García López, M. (2016). Tratamiento informativo de la violencia de género en la televisión pública andaluza. Incumplimiento del código deontológico en Canal Sur. *Revista Latina de Comunicación Social*. (71) 994- 1006
- Álvarez Gálvez, J. (2012). *Modelos teóricos sobre los efectos de los medios de comunicación de masas*: Documento de trabajo. 2. Madrid: Universidad Complutense. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/45089/1/doc%20trab%202.pdf>
- Amnistía Internacional (s.f.) *Las mujeres son la mitad de la población mundial y tienen los mismos derechos que los hombres*. <https://www.es.amnesty.org/en-que-estamos/temas/derechos-de-las-mujeres/>
- Bauman, Z (1999) *Modernidad líquida*. México: Fondo de cultura económica. <https://catedraepistemologia.files.wordpress.com/2009/05/modernidad-liquida.pdf>
- Baker, C. (2003) *Televisión, globalización e identidades culturales*, Barcelona: Paidós.
- Bengoechea, M, y Calero, M, (2003) *Guía de estilo 2: Sexismo y redacción periodística*. España: Editorial Junta de Castilla y León, León.
- Berga, A. (2005) La perspectiva de género: una nueva mirada a la realidad social. *Revista intervención socioeducativa*. (31) 15-24. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1328219>
- Bhasin, K. (s.f.) *Las mujeres y los medios de comunicación*. Instituto nacional de las mujeres México. México: Instituto nacional de las mujeres. http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100762.pdf
- Buitrago Hurtado, K; Ulloa Ocampo, D; y Vaca Blandón E. (2016), *Estereotipos de belleza física en medios de comunicación en mujeres jóvenes, estudiantes universitarias en Villavicencio*. [Tesis de pregrado]Universidad Cooperativa de Colombia. Villavicencio. https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/4465/1/2017_estereotipos_belleza_fisica.pdf
- Buriticá, (2022). Paola Jara mostró como esta al subir de peso. Q'hubo Cali. <https://www.qhubocali.com/zona-rosa/yina-se-hara-una-reconstruccion-para-quedar-como-un-barbie/>

- Cabanillas, P. (2017) Análisis de tratamiento informativo sobre noticias de feminicidio en el medio digital El Comercio. [Tesis de Pregrado] Universidad César Vallejo, Perú.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11115/cabanillas_lp.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Calsamiglia Blankaflor, H. y Tusón Valls, A. (1999) Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso. Barcelona. Editorial Ariel.
<https://universitas82.files.wordpress.com/2013/08/las-cosas-del-decir.pdf>
- Calero Fernández, M.A (1999). *Sexismo lingüístico. Análisis y propuestas ante la discriminación sexual en el lenguaje*. Madrid: Narcea.
- Carosio, A. (2008). El género del consumo en la sociedad de consumo. La ventana. *La ventana: Revista de estudios de género*, 3 (27) 1-10.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-94362008000100006&lng=es&tlng=es.
- Christiansen, M. (2012). Las relaciones de poder desde una epistemología sistémica. *European Scientific Journal*, 8 (20)149-150
- OEA (s.f.) *Relatoría sobre los derechos de las mujeres*. Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH).
<https://www.oas.org/es/cidh/jsForm/?File=/es/cidh/r/dmujeres/default.asp>
- Cook, R., Cusack, S. (2010). Estereotipos de género perspectivas legales transnacionales. Estados Unidos: Universidad de Pensilvania.
https://www.law.utoronto.ca/utfl_file/count/documents/reprohealth/estereotipos-de-genero.pdf
- De La Cruz, J; Guzmán, K. L; Ortega L. y Puello D. (2020). *Percepciones que tienen los lectores del barrio Blas de Lezo de Cartagena de los periódicos el Q'hubo y El Teso en torno a su diseño y discurso*. [Tesis de pregrado] Universidad de Cartagena. Cartagena.
<https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/11231/pf11%20percepciones%20que%20tienen%20los%20lectores%20del%20barrio%20blas%20de%20lezo%20qhubo.pdf?sequence=1&isallowed=y>
- Dubois Migoya; A. (2014), El objetivo de una sociedad inclusiva: bases para una propuesta alternativa. *Revista de relaciones Laborales*(2) 43-69.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4748727>
- Estudio General de medios (EGM)*. (s.f.) Periódico. Q'uboh
https://www.qhubo.com/anunciantes/wpcontent/uploads/TARIFARIO_queesQhubo.pdf
- Fontcuberta, M. (1993). La noticia. Barcelona: Editorial Paidós.

- Fernández Ortega, F. (2011). *Análisis de contenido sobre los estereotipos de los personajes femeninos con respecto al logro del éxito y la inclusión personal y profesional en la televisión colombiana*. [Tesis de maestría] Universidad del Norte, Barranquilla.
- Fernández, M. y Forgas Berdet, E. (2004): *De mujeres y diccionarios. Evolución de lo femenino en la 22a edición del DRAE*, Madrid: Ministerio de Trabajo
- Gamo Vaamonte, M. (2019). Feminismo y democracia. *La torre del Virrey Revista de estudios Culturales*. (25) 1-11. <file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Dialnet-FeminismoYDemocracia-7292604.pdf>
- García, N. (2008) La recepción de la imagen de las mujeres en los medios: una aproximación cualitativa. *Comunicación y sociedad* (10) 111-128. <https://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n10/n10a5.pdf>
- González Fernández, A. (2017) Estudio del lenguaje sexista en los medios de comunicación a través de Big data. España: Universidad de Cádiz. <https://revistas.uca.es/index.php/pragma/article/view/3452/3768>
- Guía para el abordaje periodístico del trabajo sexual y las trabajadoras sexuales* (2014). RedTraSex. https://www.redtralsex.org/IMG/pdf/guia_periodistas_redtralsex.pdf
- Guerrero, S. (2007) Alternativas al lenguaje sexista de los medios de comunicación. Novedades legislativas y otras actuaciones. España: Universidad de Málaga
- Gutiérrez, S. (2010) Discurso periodístico: una propuesta analítica. *Comunicación y sociedad*. 14.23- 26
- Guzzetti, L. (2012). La perspectiva de género. Aportes para el ejercicio profesional. Revista Debate público. Reflexión de trabajo social, *Revista Debate Pública*. https://www.margen.org/docs/cursos61-1/unid05/apunte01_05.pdf
- KMartínez, (2022), Duro ocho años de monja y después se volvió Webcam. Q'hubo. <https://www.qhubocali.com/asi-paso-duro-ocho-anos-de-monja-y-despues-se-volvio-webcam/>
- Indepaz (2020) *Informe de masacres en Colombia durante el 2020 – 2021* <http://www.indepaz.org.co/informe-de-masacres-en-colombia-durante-el-2020-2021/>
- Lamas, M. (1996). La perspectiva de género. *Revista de Educación y Cultura de la sección*. https://www.ses.unam.mx/curso2007/pdf/genero_perspectiva.pdf

- Liévano, M. (2012) El uso de la cirugía estética: Un acercamiento a la (re) construcción del cuerpo y la subjetividad femeninos.[Tesis Doctoral] Universidad Autónoma de Barcelona. España
- Marchese M. (2020). *Análisis lingüístico y ACD: una propuesta metodológica*. https://www.researchgate.net/publication/341134626_Analisis_linguistico_y_ACD_una_propuesta_metodologica
- Morales, E. (2018) *El cubrimiento mediático de la violencia contra la mujer en Colombia: Un estudio de Noticias Caracol*. [Tesis de pregrado] Universidad del Rosario. Bogotá: https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/20702/Morales_Camacho_EmiliaAlejandra_TesisFINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Morley, D. (1992). *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Amorroutu Editores. Londres y Nueva York.
- Muñiz, E. (2014). Pensar el cuerpo de las mujeres: cuerpo, belleza y feminidad. Una necesaria mirada feminista. *Sociedade e estado*. 20 (2). 23-55. <https://www.scielo.br/j/se/a/zQrjj86qktfrZ9NYgfJ4c4R/?lang=es>
- Naciones unidas, derechos humanos (s.f.) *Los derechos de la mujer, son derechos humanos*. https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/Publications/HR-PUB-14-2_SP.pdf
- Núñez, T. (s.f.) La mirada de las mujeres en la sociedad de la información, Madrid: Siranda Editorial.
- Observatorio Femicidios Colombia (2020) *Red Feminista Antimilitarista*. <https://observatoriofemicidioscolombia.org/index.php/seguimiento/noticias/451-630-femicidios-en-colombia-en-el-2020>
- ONU (s.f.) Mujeres. <https://www.unwomen.org/es/about-us/about-un-women>
- Orduz Ramos, P. D. (2021). *De la virtualidad, las emociones y el trabajo sexual: un acercamiento desde el modelaje webcam*. Bogotá: Universidad Nacional
- Pineda, G. (2019). Estereotipos de género: una aproximación a la violencia de género desde la percepción de los/as jóvenes estudiantes de la Escuela N° 711 Federico Brandsen [Tesis de Pregrado] Universidad nacional de la Patagonia san Juan Bosco facultad de humanidades y ciencias sociales. <https://margen.org/tesis/Pineda.pdf>
- Q´hubo (MOM).(s.f.) *Media Ownership Monitor Colombia*. <https://colombia.mom-rsf.org/es/media/detail/outlet/qhubo/>

- Q'hubo Cali, (2022). *Yina Calderón mostro su cuerpo luego de sus cirugías*. <https://www.qhubocali.com/zona-rosa/sin-filtro-yina-calderon-mostro-su-cuerpo-luego-de-sus-cirugias/>
- Rivas de Roca, R. (2020). Ética periodística para una información con perspectiva de género. *Journals Ethis for information with agende perspective*. 22 (22) 1-16. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/94675/EticaPeriodisticaParaUnalInformacionConPerspectivaD-7302723.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rovetto, F. (2010) La representación del trabajo de las mujeres en los medios de comunicación. el caso de las mujeres inmigrantes. *Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 28, (4) <https://www.redalyc.org/pdf/181/18118913006.pdf>
- Rost, A.(2014). *Habitar la red: comunicación, cultura y educación en entornos tecnológicos enriquecidos*. Editorial Martha Pilar Bianchi y Ricardo Sandoval - https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/115320/CONICET_Digital_Nro.Habitar_la_redcompleto%20%281%29.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Sáenz Cabezas, M. H., Prieto Dávila, S. C., Moore Torres, C., Cortés Mora, L., Espitia Mendieta, A. D., y Duarte Pedroza, L. K. (2017). Género, cuerpo, poder y resistencia. Un diálogo crítico con Judith Butler. *Estudios Políticos*, (50), 82–99. <https://doi.org/10.17533/udea.espo.n50a05>
- Sàez Casas, A. (2007) La comunicación de masas. España: Editorial UOC
- Sánchez, M., Fernández, M, y Diaz, J. (2021). Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo. *Revista Científica Uisrael*. 8 (1) 1-12. <https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/rcui/article/view/>
- Sossa Rojas, A. (2011). Análisis desde Michel Foucault referentes al cuerpo, la belleza física y el consumo. Polis. *Revista Latinoamericana*, (28) 9-10. <https://journals.openedition.org/polis/1417>
- Van Dijk, T (1999), El análisis crítico del discurso. Barcelona: Anthropos. <http://www.discursos.org/oldarticles/EI%20an%E1lisis%20cr%EDtico%20del%20discurso.pdf>
- Van Dijk, T (1990). La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información. Barcelona, Paidós
- Vázquez García, V., y Chávez Arellano, M. E. (2012). Entre lo público y lo privado. Mujeres gobernando municipios de Tlaxcala, México. *Ra Ximhai*,

Vélez, L. B. (2011). Relaciones de poder y dominación en el comercial de televisión. Snickers: cómete el mundo. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, (18) 3.10. https://revistas.uptc.edu.co/index.php/linguistica_hispanica/article/view/445/0