UNIVERSIDAD DE LA HABANA
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA

TESIS EN OPCIÓN AL TÍTULO DE MASTER EN ESTUDIOS DE GÉNERO

Estrategia de Capacitación para lograr un discurso mediático no sexista en Radio Chaparra

AUTORA: Lic. Maité Silveira Fonseca
TUTORA: Dra.C Isabel Moya Richard

marzo de 2012

"Año 54 de la Revolución"

A quien tanto he clamado para que mis sueños se cumplan

AGRADECIMIENTOS

A la principal protagonista de esta historia, Dra.C Isabel Moya Richard, por su inteligencia, sus libros, sus afectos, su dedicación porque sin la asesoría de una persona con tanta preparación y apasionada en el tema no fuera posible llegar a este estudio y propuesta.

Al Comité Académico de la Maestría de Estudios de Género, a su impulsora Dra.C Norma Vasallo Barrueta por abrirnos las puertas a las Orientales, al profesorado que tanto aportaron con sus temas y dedicación.

A las amistades que conspiraron para que iniciara, siguiera y terminara: MsC. Alberto Rafael Cabrera Peña, Lic. Maikel Pons Girald, Lic. Liliana Gómez Ramos, y la luz de la ciencia en Chaparra: MsC. Maritza Ingran Calderón.

A mi madre que es mi sol, a mi suegra, mis hijos, mi nuera, mis hermanas en fin toda la familia razón de todos mis esfuerzos quienes en armonía cubrieron mis sistemáticas ausencias.

A mi esposo, Ing. Leandro Cué Martínez con quien comparto cada lección aprendida, por su entrega para que yo me realizará aún estando en la contienda final cumpliendo con una misión en Venezuela, pero acompañándome desde la distancia en cada uno de mis sueños, los que consideramos nuestros.

A el mago de la informática Lic. Elder Velazquez García por dedicar tiempo de su tiempo a montar las hojas de registro y a todas las personas que han colaborado, para que de una forma u otra, haya podido llegar al final de este proyecto.

ÍNDICE

RESUMEN

INTRODUCCIÓN _____ 1

CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO. _____ *6*

Epígrafe 1: La perspectiva de género _____ **6**

1.1. Género, más que un concepto _____ **6**

1.1.2 Género: una perspectiva para el cambio _____ **9**

1.1.3 Evolución de los estudios de género en Cuba _____ **11**

Epígrafe 1.2 El sexismo en el discurso mediático. Herramienta de reproducción del patriarcado _____ **14**

1.2.1 El sexismo _____ **14**

1.2.2 Sobre el discurso _____ **15**

1.2.3 El sexismo en el discurso mediático _____ **17**

Epígrafe 1.3: La Radio como medio de comunicación de masas _____ **21**

1.3.1 La Radio como medio de comunicación de masas _____ **21**

1.3.2 Génesis de la radio _____ **23**

1.3.3 La radio en Cuba _____ **24**

1.3.4 La radio comunitaria en Cuba _____ **28**

Epígrafe 1.4 Fundamentos en que se sustenta la Estrategia de Capacitación para lograr un discurso mediático no sexista en Radio Chaparra _____ **31**

1.4.1 Definición de Estrategia de Capacitación _____ **31**

CAPÍTULO II: DISEÑO METODOLÓGICO _____ **34**

2.1 De la metodología _____ **34**

CAPITULO III ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS _____ *40*

3.1 Análisis de la observación participante _____ **40**

3.1.2 Análisis de los grupos de discusión _____ **42**

3.1.3 Análisis del Discurso Mediático _____ **46**

3.2.1 Aproximaciones a un diagnóstico _____ **52**

3.2.2 Propuesta resultado de la investigación _____ **54**

CONCLUSIONES _____ *58*

RECOMENDACIONES _____ **60**

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

Guía para la observación participante
Grupos de discusión
Hojas de registro – ACD
Estructura de la estrategia de capacitación y temas a tratar.
Entrevistas a expertas

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo diseñar una estrategia de capacitación para lograr un discurso mediático no sexista en Radio Chaparra. Este es un tema que resulta pertinente por el papel que juegan los medios de comunicación masiva en la construcción del imaginario social. A pesar de ser las mujeres las que más escuchan la programación, son invisibilizadas en el discurso mediático. La investigadora consideró que además de la influencia de la cultura patriarcal en el discurso mediático, otra de las causas del sexismo en los productos comunicativos es la falta de sensibilización y capacitación. De ahí la necesidad de instrumentar en Radio Chaparra la acción 23 de las que le corresponden a los medios de difusión masiva en el Plan de Acción Nacional de Seguimiento a la Conferencia de Beijing referido a la capacitación.

INTRODUCCION

Desde su nacimiento la sociedad va moldeando a las mujeres desde lo tradicional: mujeres sujetas a modelos creados para ubicarlas como madre- esposa, “emisoras de amor”, “dueñas” del espacio privado. Se fue estructurando un discurso para mantener la discriminación desde el pensamiento filosófico, la historia, la ciencia, las costumbres, la cotidianeidad y los medios de comunicación.

Es por ello que desde la década del 60 los estudios de género desde la psicología, antropología, comunicación y otras ciencias han transitado por diferentes vertientes, tratando de explicar y subvertir la discriminación.

Todo ello ha favorecido el surgimiento de nuevas instituciones desde donde se identifican, analizan y potencian las nuevas demandas para revertir la situación de las mujeres. Han ido creciendo los espacios creados en el mundo en aras de visibilizar a las mujeres en los diferentes ámbitos, el tema ha alcanzado a la Organización de Naciones Unidas donde incluso se acaba de crear el organismo ONU – Mujer, Congresos, talleres, coloquios a nivel internacional, regional y nacional donde se vierten experiencias y se proponen nuevas miradas con perspectiva de género para transformar una realidad construida desde las instituciones, las prácticas y lo simbólico.

En Cuba a partir del triunfo revolucionario del primero de enero de 1959, existe una voluntad política para la inclusión de las mujeres en la sociedad. Fidel en su alocución al pueblo de Cuba desde Santiago expresó su confianza en las mujeres, tomando como referencia el pelotón de combatientes de la Sierra Maestra “Mariana Grajales” integrado exclusivamente por mujeres.

El gobierno ha tenido como prioridad en la agenda política la participación de las mujeres, ello se ha explicitado en la constitución, en la legislación y en la creación

de la Federación de Mujeres Cubanas, organización que desde 1960 liderada por Vilma Espín Guillois agrupa a todas las mujeres del país sin distinción de color de la piel, etnia, credo, discapacidad, con valiosos aportes en la batalla por el empoderamiento de las mujeres como una de las grandes conquistas de la Revolución, a decir de Fidel en su V Plenaria Nacional : (…) lo que está ocurriendo con las mujeres es ”Una Revolución dentro de la Revolución” (...) (Castro Fidel ,1966)

A finales de los años 80 la academia también se suma desde su especificidad al estudio e investigación de estos procesos en Cuba. La creación de las Cátedras la Mujer en las universidades para la introducción de los temas de género en el país ha creado espacios para la socialización de experiencias, entre ellas La Cátedra de Género y Comunicación Mirtha Aguirre en el Instituto Internacional de Periodismo José Martí que propicia la superación en temas de género a comunicadoras y comunicadores de Cuba e Iberoamérica.

En el área de investigación de los medios desde una perspectiva de género el Primer gran estudio fue realizado a propuesta de la Federación de Mujeres Cubanas. Se desarrolló con un enfoque multidisciplinario y se centró en realizar un diagnóstico sobre el tratamiento de la mujer en los medios de comunicación, lo que tuvo como escenario el Seminario Nacional de Difusión y Evaluación de las Estrategias de Nairobi en 1988.

Así mismo en el año 96 se realizó otra investigación que partiendo de esa primera articulaba los mandatos de la Cuarta Conferencia sobre la Mujer celebrada en Beijing en 1995. Ello sirvió para elaborar el Plan de Acción de Cuba de seguimiento a esa Conferencia Internacional. Este plan que es un acuerdo del Consejo de Estado, se constituye en el programa para el adelanto de la mujer en nuestro país.
Al realizarse la segunda evaluación del cumplimiento de este programa Vilma expresó:

“ Si hacemos el debido análisis en comparación con la situación que teníamos cuando celebramos el Seminario Nacional “Las cubanas de Beijing al 2000” en julio de 1996 ,o cuando realizamos el primer Seminario Nacional de Evaluación del Plan, en abril de 1999, tenemos que reconocer con satisfacción, que los cambios son muchos, que hay una mayor receptividad, interés en estos temas; una mayor colaboración interinstitucional, una mejor comunicación entre los funcionarios de la administración del estado y las dirigentes y especialistas de la Federación de Mujeres Cubanas”.(Espín V: 2002)

Este Plan de Acción establece con fuerza de ley a ministerios y organismos de la Administración Central del Estado el cumplimiento de noventa medidas a favor de la autonomía de las mujeres.

En lo que respecta a las medidas en relación con los medios se establecen diez acciones para enfrentar las manifestaciones discriminatorias por razón de género, ya que la presencia del sexismo en los medios de comunicación persiste. La evaluación del Plan de Acción realizada en el 2001 expresa “Continuar la capacitación en materia de género no solo con talleres específicos sino transversalmente en todos los cursos institucionales y en los pre y post grado de la enseñanza superior, particularizando en acciones para el personal de toma de decisiones”.

En este sentido la Radio en Cuba ha creado espacios para la educación, la orientación, jugando un papel creativo y protagónico en la promoción de una cultura general integral de la población y mantiene dentro de sus temáticas priorizadas el tratamiento a la mujer, pero aún es insuficiente la preparación de las personas que tienen funciones determinantes en el proceso productivo, por lo que introducir la perspectiva de género implica transformar códigos culturales, normas, patrones institucionales y maneras de funcionar.

Con el propósito de establecer tendencias en el tratamiento de la realidad desde la perspectiva de género en la programación de Radio Chaparra, emisora comunitaria del municipio Jesús Menéndez de la provincia Las Tunas, que sale al aire cuatro horas diarias durante toda la semana se realiza este estudio. La programación está compuesta por 13 espacios, de ellos uno tiene función de orientación con destinatario mujer-familia.

La pertinencia de esta investigación reside en que tributa a la implementación de la acción 23 de las que le corresponden a los medios de comunicación masiva en el Plan de Acción Nacional de Seguimiento a la Conferencia de Beijing que platea: " Desarrollar la estrategia de capacitación en materia de género para los comunicadores y comunicadoras, con el objetivo de lograr la sensibilización necesaria que permita identificar tratamientos vulgares y peyorativos de las personas y/o discriminatorios de la mujer".

En su estructura la tesis está compuesta por un primer capítulo dedicado a la búsqueda de los aportes teóricos e históricos sobre la perspectiva de género, el sexismo en el discurso mediático, la radio como medio de comunicación masiva, la radio comunitaria en Cuba y su estrategia de capacitación. En el segundo capítulo queda asentada la proyección metodológica.

En el tercero se registra el análisis de los resultados a partir de de las técnicas aplicadas, los grupos de discusión, la observación participante, el Análisis Crítico del Discurso de una semana de transmisión y lo que estos aportan como diagnóstico para el diseño de la estrategia de capacitación, finalmente se incluyen las conclusiones y recomendaciones.

Se reseña la bibliografía consultada en libros, documentos y las encontradas en Internet y los anexos con la entrevista en profundidad a la experta en temas de género, Dra.C Marcela Lagarde y de los Ríos y a la especialista en temas de género y comunicación en Cuba, Dra.C Isabel Moya Richard. Además se anexa el

registro de los grupos de discusión desarrollados con las/los realizadoras/es, la guía de observación y los registros del Análisis Crítico del Discurso de los programas **Tiempo Diferente** y **Disco de Verano**.

CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO

Epígrafe 1 La Perspectiva de género

1.1 Género, más que un concepto

Según Geneviéve Fraisse en el pensamiento anglosajón "gender" empieza a funcionar como concepto filosófico en torno a los años 70. Sin embargo, a pesar de la facilidad terminológica, su traducción presenta ciertas dificultades. La traducción de "gender" por "genre" en francés, y "género" en español, resulta ambigua. El alemán, por su parte, le permite coexistir, en su forma inglesa "gender", con el término "Geschlecht", que puede traducirse como "sexo" o como "género". (Fraisse G: 2002; Pág1)

Ella al referirse al género como concepto agrega, ¨la palabra es antigua, el concepto nuevo¨. El libro de Robert Stoller "Sex and Gender", editado en 1968, marcó el origen de un debate terminológico y filosófico que tardará en cerrarse. "Sexo y género": todo está dicho en este título que separa como una evidencia el sexo biológico del género social. Naturaleza y cultura marcan una oposición, o más bien una tensión, en el análisis de la relación entre los sexos o, como se dice en francés, de la "différence des sexes". (Fraisse G: 2002; Pág 1)

Las consideraciones vertidas han sido diversas de acuerdo a los campos de estudios, contextos y épocas, donde se reconocen las teorías y aportes de: John Money, Robert Stoller, Simone de Boauvoir, Margaret Mead, Geneviéve Fraisse, Gayle Rubin, Sonia Montecino, Martha Lamas, Marcela Lagarde, Alda Facio y las cubanas Norma Vasallo, Teresa Díaz Canals, Isabel Moya Richard, y otras seguidoras.

Desde la antropología la escritora Chilena Sonia Montecino, sostiene que el concepto género aparece como un término que ayuda a resolver algunas de las problemáticas que emergieron en el desarrollo de los estudios de la mujer. El concepto fue acuñado por la Psicología por dos investigadores -Stoller y Money

abocados a la indagación de las disfunciones sexuales - y por la antropología Gayle Rubin que dirá que las relaciones entre sexo y género, conforman un sistema que varía de sociedad en sociedad, estableciendo que el lugar de la opresión de las mujeres y de las minorías sexuales está en lo que ella denomina el sistema sexo/género. (Montecino S: 1997; Pág 8)

Comparto los criterios que reflejan que el concepto género se ha ido construyendo desde diferentes perspectivas, para darle una explicación a lo que hasta el momento se llama sistema sexo/género y lo entrelazo con las ideas planteadas por la Doctora Norma Vasallo quien plantea que todos estos estudios desde la psicología y la antropología han corroborado como la sociedad transforma lo natural/biológico, en lo que la cultura crea.

"Hasta ese momento la identidad sexual era vista solo como determinada biológicamente, de ahí que el uso de este concepto para referirse a un aspecto que la cultura forma, constituye un aporte importante al conocimiento científico, que aunque magnificado en ese momento, tuvo consecuencias para lo que con posterioridad se reconoce como *gender* en inglés y *género* en español, dentro de la Teoría Feminista". (Vasallo N: 2004; Pág 1)

Además de los estudios que develan que las sociedades no son homogéneas en cuanto a las relaciones que se establecen entre mujeres y hombres considero significativa la influencia que tuvo para las feministas en el siglo XX las ideas de Simón de Boauvoir reflejadas en su libro "El Segundo Sexo" sobre la construcción cultural a partir de la diferencia de los sexos, de ahí su frase emblemática "una no nace, se hace mujer", que se mantiene vigente en los debates actuales.

Pienso que el origen y la evolución del concepto de género demuestra que muchos de los obstáculos y distorsionamientos en la forma de enfocar y entender el mismo obedecen a analogías y confusiones conceptuales por lo que un acercamiento al debate actual desde una mirada cultural consideramos la definición dada por la Doctora Isabel Moya Richard.

“Es el saber que devela que el ser mujer u hombre más allá del hecho biológico es el resultado de una construcción simbólica erigida sobre los cuerpos y las subjetividades de sujetos sexuados que se constituyen en la historia y que adquieren su identidad en un movimiento relacional y complejo de interacciones sociales, a la vez que constituyen un ethos particular. Este proceso sociocultural y subjetivo denota relaciones jerárquicas de poder, en contextos concretos e históricamente determinados, y signa el proceso de interacción entre los seres humanos en el ámbito doméstico, privado y público. Esa construcción de sentido está a su vez condicionada por la raza, la clase, la etnia, la diversidad sexual, la discapacidad y otras tipificidades de la condición humana”. (Moya, I: 2010; pág 23)

En mi opinión el aporte del concepto más allá de una u otra disciplina es que evidencia que desde que iniciamos en la vida emprendemos un proceso de aprendizaje cultural, con un modelo a seguir si se nace mujer u hombre desde un mundo azul y rosado, hasta la rudeza o delicadeza en los modos de actuación, lo que vemos como natural. Este *deber ser*, no son más que construcciones culturales que se van incorporando en la subjetividad de acuerdo al contexto, convirtiéndose en una masculinidad hegemónica y una feminidad minimizada. Todas estas atribuciones no biológicas se resumen en “género”, un concepto para explicar las desigualdades.

1.1.2 Género: una perspectiva para el cambio

La producción de conocimientos teóricos y empíricos sobre la mujer y el género se inició, en su gran mayoría, en los Estados Unidos y Europa y poco a poco se ha ido extendiendo a América Latina y el Caribe, África, Asia. (Montecino S: 1997; Pág1)

El desarrollo de los estudios sistemáticos, afincados en espacios académicos sobre la mujer, en primer lugar, y sobre las relaciones de género, posteriormente, evidencia un campo epistemológico propio que aunque interceptado con diversas disciplinas sigue un camino particular. El contexto histórico en el cual se desenvuelve la reflexión sobre la mujer y el género esta marcado por la existencia de los movimientos feministas, de los diversos espacios de acción de mujeres y por los cambios acaecidos en la división sexual del trabajo, en la estructura social y en la cultura. (Montecino S: 1997; Pág1)

Cuando valoramos los estudios que han intentado explicar el origen de estas desigualdades queda demostrado que en todas las épocas y todas las sociedades las mujeres han estado en desventaja, en subordinación a partir de las exigencias sociales trasmitidas desde la cultura.

En su artículo “Del feminismo al Género” la Doctora Norma Vasallo Barrueta hace referencia a la frase de Sherrry Ortner ¿Es la mujer a la naturaleza lo que el hombre es a la cultura?, esta frase encuentra una respuesta dentro de la perspectiva de género, lo que constituye una ruptura con el status universal de mujeres y hombres, de acuerdo con la variedad de concepciones culturales y simbolizaciones de una cultura a otra. (Vasallo N: S/F; Pág 3)

Teniendo en cuenta lo antes expuesto podemos considerar que en la medida que transitamos por el estudio de las obras citadas nos percatamos que la principal raíz del género es el feminismo desde todas sus tendencias, donde existe un

denominador común: la necesidad de la igualdad de las mujeres y los hombres a partir de la propuesta de cambio que se propone.

Me afilio a las autoras que ven los obstáculos y discriminaciones impuestas por la cultura como retos para lograr una perspectiva que beneficie a mujeres y hombres, viendo las relaciones entre estos de acuerdo a las brechas que existen en los ámbitos en que se desenvuelven.

Considero que para plantearse una perspectiva de género hay que focalizar las diferencias creadas por la dominación patriarcal entre los sexos con una mirada ampliada a otras formas de manifestarse las desigualdades de género referidas a la clase, la raza o cualquier otra categoría.

Otros de los pasos a seguir en mi opinión es la sensibilización de quienes trazan las políticas, las administraciones, pues no solo con leyes que favorezcan esta perspectiva y voluntad política es suficiente. Se necesita de la incorporación de acciones integradas en función del cambio en el discurso y en la praxis.

También pienso que estas interrelaciones necesitan ser entendidas por las sociedades. El feminismo apuesta por una relación de derechos que desmitifique la imagen perpetuada de las mujeres tradicionales, por mujeres que avancen desde lo sincrético a la emancipación.

1.1.3 Evolución de los estudios de género en Cuba.

Acercándonos al estudio del género en Cuba es obligatorio el análisis de la obra "Los Estudios de la Mujer, Mujeres y Género en Cuba" de la Dra.C Norma Vasallo, a quien ya he citado, pero quien es una experta en estos asuntos por ser fundadora de los estudios de género en Cuba. La autora refleja una evolución marcada por las condiciones socio históricas, la cual organiza en tres etapas:

Un primer período de 1860 a 1959. Este período ella lo estructura en tres sub.etapas, una desde 1860 hasta 1919, la que nombra etapa de despegue, mostrándola como las raíces del pensamiento femenino cubano. Es en este periodo donde las mujeres cubanas realizan los primeros intentos de ser reconocidas ante la ley, su derecho al sufragio para iniciar su participación dentro de la sociedad.

La otra sub-etapa la enmarca de 1920 a 1939 y la bautiza como etapa de auge, porque es aquí donde las feministas se unen como un movimiento aparejado a los movimientos sociales que tenían lugar en esa década como resultado de la Revolución de Octubre en Rusia.

La tercera la ubica desde 1940 hasta 1959, la que fue considerada como una etapa de decrecimiento como consecuencia de la situación política que atravesaba el país, siendo apremiante la respuesta a la lucha política que se enfrentaban frente a la dictadura y la transformación social.

"En la Segunda etapa comprendida de 1960 y 1979. En este período crecen las publicaciones ellas reflejan el nuevo lugar de la mujeres en la sociedad cubana y el reconocimiento de su conquista de nuevos ámbitos no tradicionalmente femeninos"

Ya con el avance de una década después del triunfo revolucionario se traza una política de igualdad, la cual se ratifica cuando se refrenda la constitución de la República de Cuba, por lo que se comienza a sacar a la luz otras formas de visibilizar a las mujeres. (Vasallo N: 2007; pág 2)

En la tercera, desde 1980 hasta la fecha se inician los estudios académicos, primero de manera individual y después por intereses institucionales, principalmente de la FMC y por supuesto fuertemente influenciadas por lo que estaba ocurriendo en el mundo, esto es, la designación del Decenio de La Mujer por parte de las Naciones Unidas y las diferentes Conferencias sobre la Mujer. (Vasallo N: 2007; pág 2)

Es por ello que en esta etapa se va más allá de reconocer la política y las transformaciones jurídicas de la época y se presentan estudios académicos e institucionales que corroboran la subordinación histórica de las mujeres y proponen una nueva mirada. A través de las Cátedras de La Mujer creadas en estos espacios donde se han ido multiplicando acciones desde las diferentes disciplinas.

La cotidianeidad y la vida pública demuestran que aunque se ha avanzado no todo está hecho, es un camino largo y angosto, partiendo de lo expuesto por Vasallo: "La existencia de una sociedad sin género es un tema en discusión, sin muchas evidencias para probarlo; pero de lo que si hay un convencimiento es de que las formas en que se dan las relaciones entre mujeres y hombres y los roles asignados a cada uno, varían de una sociedad a otra, lo que apoya la idea del carácter construido por la influencia cultural de lo que denominamos género y de la necesidad de realizar el análisis de cualquier realidad a partir de lo que se denomina sistema sexo/género". (Vasallo N: 2004, Pág 4)

Además, esta afirmación señala el camino para visualizar las causas y los efectos de cada una de las manifestaciones de opresión y desigualdad que perduran en nuestra sociedad, que aunque se evidencian algunos cambios,

existen estereotipos que solo con una visión científica, analítica y política podemos transformar. El respeto a la diversidad es la puerta que proponemos abrir en conjunto.

Estos estudios reflejan lo que se ha avanzado y los desafíos para ubicar a mujeres y hombres en igualdad tanto en el espacio público como en el doméstico. Al realizar un análisis de las estadísticas reflejadas en el estudio de la Doctora Teresa Lara se ha avanzado en la ubicación de las mujeres en el espacio público, sin embargo los costes de este avance no se reflejan en el avance de los hombres en el espacio doméstico, si no de mujeres que realizan la doble jornada e incursionan en la triple jornada.

Epígrafe 1.2 El sexismo en el discurso mediático. Herramienta de reproducción del patriarcado.

1.2.1 El sexismo

Sobre el sexismo la maestra Marcela Lagarde hace varias valoraciones, pero para conceptualizarlo lo resume como ¨ una ideología que apunta y legitima la violencia contra la diferencia, la misoginia, el machismo, la homofobia,..etc." (Lagarde, M: 2010)

Al respecto considero que esta ideología es la que provoca desvalorización o sobre valoración de un sexo con relación a otro. Existen formas diversas en que se manifiesta el sexismo, una de ellas es el ejercicio de la violencia simbólica.

Martha Lamas valora que cuando se aborda el sexismo, o la discriminación basada en el sexo, se enfrentan situaciones de negación o de ceguera, que no aparecen en otros tipos de discriminación. Por ejemplo, el racismo dentro del mundo laboral aparece como una muy evidente discriminación, ya que resulta absurdo tomar en cuenta el color de la piel para el desempeño de un trabajo. En cambio en relación a las mujeres, hay presunciones culturales con gran arraigo histórico sobre su "debilidad física", su "vulnerabilidad" durante el embarazo o su "papel especial e insustituible" para cierto modelo de familia. (Lamas M: 1995; pág 2)

Es por ello que el sexismo se expresa en las prácticas y en las representaciones que construimos de la realidad, además de ser las relaciones de poder las que definen el sexismo, lo que se expresa como una violencia simbólica, que al decir de Bordieu, citado por Clotilde Proveyer "es una imposición arbitraria de una arbitrariedad cultural". (Proveyer C: 2010)

Comparto las definiciones que expresan estas autoras porque ven el sexismo como una práctica social impuesta por la cultura patriarcal y que repercute

esencialmente en las mujeres, pero que cambian sus formas de manifestarse en los diferentes escenarios donde se reproducen.

1.2.2 Sobre el discurso

El discurso se ha convertido en un término que traspasa fronteras disciplinarias. No es reducible a un ámbito específico, y su alusión puede servir para explicar fenómenos sumamente amplios tanto en la materialidad discursiva en sí, como en el comportamiento de sus usuarios, además existe una pluralidad de definiciones desde distintas perspectivas teóricas que unas veces difieren y otras coinciden. Este fenómeno puede ser explicable a partir de la convergencia de distintos factores.

Es por ello que Teun A Van Dijk plantea: “El desarrollo mismo de la historia del discurso; la pluralidad de autoridades y acepciones que el mismo término tiene; la cada vez mayor variedad de disciplinas que acuden a las teorías del discurso para explicar fenómenos; los distintos enfoques que se desarrollan y el hecho mismo de que al ser el discurso una realidad que aparece en toda práctica social, su estudio e investigación no puede estar restringido a un área”. (Van Dijk T: 1996; pág 7)

Tanius Karam plantea que el discurso es una realidad compleja que implica nociones lingüísticas, pragmáticas, semánticas, cognitivas y culturales, las teóricas francesas Haidar y Rodríguez (1996) lo definen como: “un conjunto transo racionales en donde se cumplen reglas sintácticas, semánticas y pragmáticas donde funcionan reglas de coherencia y cohesión. Está regulado por condiciones de producción, circulación y recepción (regulación que varían según el tipo o subtipo de discurso). (Karam T: 2007; pág 6)

Se considera que el termino discurso es un concepto polisémico y que se puede adecuar según el matiz con el que se use o se estudie, es decir puede ser homologado de acuerdo a la disciplina donde se aplique.

Para autores cubanos como Gerardo Fernández y Harold Santana es importante analizar el discurso de acuerdo al contexto al que se refieren.

Al respecto Fernández plantea: “Es la forma instrumental, imagen y palabra, con la cual la comunicación llega al espectador. Es el revestimiento, la anécdota, la acción dramática, de una comunicación en proceso, revelador implícito o explícito, de los signos profundos de una idea o concepto existenciales el elemento racional de la comunicación, el que utiliza inteligentemente los códigos disponibles. Reiteramos, es la información verbal o visual”. (Fernández G: 2007; pág 257)

En este sentido Santana adaptó el concepto a la radio como un medio de comunicación de masas, tomando como referente la definición de Arthur Da Tavola quien plantea que el discurso es el Conjunto de elementos sonoros que se difunden para producir estímulos sensoriales, estéticos o intelectuales o (…) para crear imágenes”. Además refiere que en un principio estas imágenes son sonoras, auditivas; pero se convierten en visuales en el pensamiento del receptor (Oyente). (Santana H: 2006; pág 2)

Es por ello que el discurso como evento de la comunicación visto desde la perspectiva de diferentes autores responde al contexto socio histórico y cultural donde tiene lugar la transmisión de un mensaje, donde se armonizan los elementos que lo conforman, particularizando el discurso radiofónico: palabra, música, sonido, silencio.

1.2.3 El sexismo en el discurso mediático

El sexismo en el discurso mediático es el resultado de modelos culturales heredados que se han transmitido de mitos que pretenden justificar la discriminación a lo femenino y la naturaleza como parte del orden simbólico.

Los medios constituyen uno de los espacios de transmisión de la cultura por excelencia, como ente socializador que persiste en presentar en el discurso una imagen de división de los roles masculinos y femeninos, donde se estereotipa el deber ser; favoreciendo lo masculino como referente del ser humano. En este sentido señalamos que también la Beauvoir esboza la no neutralidad de la lengua, la que considera llena de trampas.

Al hacer un análisis de la subordinación de las mujeres visto como práctica cultural, Marcela Lagarde explica que las mujeres están subordinadas a los hombres y a las instituciones patriarcales y son colocadas en situación de inferioridad en todos los espacios sociales y en sus vidas. Es por ello que considero que los productos comunicativos no escapan de su reproducción.

Otros puntos de vista son los planteados por la Dra.C Isabel Moya Richard, destacada exponente del Género y la Comunicación en Cuba y el mundo. Ella realiza un análisis actualizado de los nexos entre la teoría de género y comunicación, donde devela la ausencia de visibilidad de las mujeres en el discurso mediático: “Sobre las diferencias biológicas entre hombre y mujeres se elaboró un discurso apoyado en mitos, creencias, asignaciones de roles, normas, leyes teorías científicas que refrendó y naturalizó como inferior a las mujeres y lo considerado femenino. La diferencia biológica se constituyó en desigualdad y discriminación en las prácticas culturales, políticas, económicas, sociales y en el quehacer cotidiano”. (Moya I: 2010; pág 21)

Es por ello que es de la opinión de que “uno de los nexos teórico-conceptuales del género y la comunicación, a partir de la relación que se establece en el ámbito simbólico entre el discurso mediático y el sujeto, el status de este sujeto en la producción de sentido de lo que consideramos masculino y femenino, y en la posterior representación social y mediática de ser hombre o mujer”. (Moya I: 2010; pág 21)

La autora de la investigación coincide con los nexos que se plantean entre ambas teorías, ya que es el discurso donde se materializa la forma en que pensamos. Es decir una comunicadora o comunicador refleja en el producto comunicativo lo que culturalmente ha ido incorporando a su subjetividad, al respecto (Moya 2010) acota: “no olvidar que toda relación social se estructura a nivel simbólico, y todo orden simbólico se estructura a su vez como discurso*”.*

Sus investigaciones permiten reflexionar sobre la presencia del sexismo en el discurso mediático reflejado en sus componentes: palabra, música, sonido y silencio que no son más que construcciones culturales marcadas por el patriarcado.

“La reproducción de este sexismo a través del lenguaje, los contenidos, las imágenes, las presencias y las omisiones se originan en la sobrevivencia de concepciones, creencias y tradiciones arraigadas y en la cultura de la desigualdad.**”** (Moya I: 2010; pág 29)

Al reseñar la presencia del sexismo en los medios de comunicación se asume lo planteado por Isabel Moya, como una de las formas de perpetuar imágenes patriarcales, por lo que ella lo define como uno de los retos del siglo XXI”La necesidad no solo de deconstruir, si no de proponer otra comunicación incluyente, no sexista”.

Estas consideraciones demuestran que el sexismo se manifiesta en el discurso mediático manteniendo desigualdades sobre la base de la diferenciación sexual

poniendo en desventaja a las mujeres con respecto a los hombres ya sea por la forma de nombrar o por el hecho de no nombrar, lo que va más allá de la utilización de los artículos las/los, además de los significados que se imprimen, de cómo se representa lo femenino y masculino, siendo la cultura androcentrica la que predomina.

La autora de la investigación está de acuerdo con las estudiosas de los temas de género que focalizan la cultura como un elemento causal de la producción y la reproducción del sexismo en el discurso mediático, lo que ha sido planteado desde varios puntos de vistas, vale nutrirse de una mirada desde afuera que permita valorar lo que desde la comunicación se aborda.

Al respecto la propuesta de Marcela Lagarde nos aproxima:
"La cultura, como vivencia social, y la subjetividad de cada quien, se organiza de manera sincrética: en ellas coexisten eclécticamente y produciendo mayor o menor tensión, aspectos de diversas cosmovisiones de género en particular. Además, a lo largo de su vida cada quien modifica su cosmovisión de género a medida que cambia la sociedad y los valores y que la experiencia personal se acrecienta".

Es por ello que el desarrollo histórico del género que polariza las personas por razón del sexo dándole un deber ser a lo femenino y a lo masculino, poniendo en diminutivo al primero y en superlativo al segundo hace que el discurso mediático tome igual dimensión en quienes lo emiten, lo que responde a la cultura androcentrica. Revertirlo desde la cultura con una mirada a la igualdad en la construcción de la realidad, es un reto.

Lo anteriormente expuesto señala la necesidad de una perspectiva o enfoque de género en el discurso mediático partiendo del camino señalado por (Moya 2010), cuando realiza un análisis de los nexos entre la Teoría de Género y la Teoría de la Comunicación y como lo concibe Marcela Lagarde. No se pueden transformar los

productos mediáticos, si no se transforma la conciencia de los que lo elaboran, es decir el cambio cultural pasa por el desmonte del sexismo.

1.3.1 La Radio como medio de comunicación de masas

Los medios de comunicación de masas son formas de manifestación de las relaciones sociales en el alto nivel tecnológico en el que se ubican y son una vía necesaria para la conformación de la conciencia social, como eslabón importante en el proceso de socialización.

Es por ello que Jesús Martín Barbero plantea:

Que lo que está cambiando no se sitúa en el ámbito de la política, sino de la cultura, y no entendida aristocráticamente, sino como los códigos de la conducta de un grupo o de un pueblo. Es todo el proceso de socialización el que está transformándose de raíz al cambiar el lugar desde donde se mudan los estilos de vida. Hoy esa función mediadora las realizan los medios de comunicación de masas. (Martín, J: 1998)

En el mundo contemporáneo existen diversos medios, que siguen ese propósito, pero con peculiaridades que los hacen distintivos, como son: la prensa escrita: diarios, revistas y publicaciones periódicas en general, la televisión, el cine, la Internet y la radio, este ultimo ocupando un lugar reconocido por ser el medio idóneo para lograr la inmediatez de las noticias, de los hechos que se producen desde geografías distantes, lo que convierte al oyente en un ente activo de los acontecimientos, es capaz de traspasar fronteras en un tiempo reducido.

Todo esto favorece a que la voz humana se convierta en un potencial persuasivo, que permite a través del proceso de retroalimentación la participación de los oyentes, quienes reciben y comparten con el medio el producto comunicativo, lo que hace que la radio sea un sonido que crea imágenes.

La radio según Oscar Luís López es uno de los Medios de Comunicación Masiva, moderno y de gran expansión industrial y uno de los vínculos más efectivos para la penetración cultural e ideológica, puede percibir, generar y desarrollar enormes fuentes subjetivas cuando se emplea con habilidad, para condicionar la mente de grandes multitudes, sin que éstas el proceso de conformación ideológica a que son sometidas. (López, O: 1992; pág 50).

Por otra parte Josefa Bracero plantea: prefiero hablar de la radio como la siento, las voces, la música, los ruidos y los silencios, me conducen por tramas y subtramas. La veo como aquel aparato alrededor del cual la familia se reúne para aguardar la llegada de algún personaje, locutor o noticia (Bracero, J: 2002; pág 531).

Aunque la referida autora sólo ve a la radio como transmisora de música o la vía de popularizar un personaje real o ficticio, tiene algo positivo en cuanto plantea a este medio como posibilitador de la unión familiar en una actividad común, sin embargo no relaciona aspectos que desarrolla este medio como es el poblematizar una realidad construida desde lo simbólico a través de los rasgos tecno- discursivos que la caracterizan.

Sobre estos rasgos distintivos Martín Barbero plantea:

"Estos rasgos tecno-discursivos que le permiten a la radio mediar lo popular como ningún otro le van a permitir su renovación constituyéndose en enlace privilegiado de la modernizadora racionalidad informativo-instrumental con la mentalidad expresivo-simbólica de la realidad". (Martín, J: 1998)

Por todo lo aseverado la radio se revalida y se consolida como un medio de alto alcance, del cual cada individuo se siente parte, además por sus potencialidades es un medio clásico de comunicación, que debe y difunde en la sociedad cubana, la cultura verdaderamente democrática, orientada a la asimilación espiritual y práctica del mundo, lo que contribuye al desarrollo del proceso histórico cultural mundial, al despliegue creador de la riqueza espiritual del hombre. A decir de Jesús Martín Barbero (1998) la radio por su cercanía a lo popular, hizo desde un comienzo presente la diversidad de lo social y lo cultural.

1.3.2 Génesis de la radio

La radio es resultado de los experimentos de laboratorio acerca de la transmisión de ondas electromagnéticas, sus principales exponentes marcaron la historia en los últimos años del siglo XIX; Popov en Rusia y después Marconi en Italia, ambos logran lanzar al aire señales intermitentes que son captadas a distancia por aparatos receptores y transformados, nuevamente por éstos, en el mismo código telegráfico en que fueron transmitidas.

Aunque estos descubrimientos carecieron de apoyo en sus países, aparejado al insuficiente desarrollo industrial y tecnológico, el inventor italiano decide dar continuidad a su descubrimiento en Londres, a donde pasa a radicar y es patentada su invención y constituye la compañía de telegrafía sin hilos Marconi, con evidente intención mercantilista. Más tarde establece un servicio de comunicación para barcos, inaugurado en 1904 reportándole grandes beneficios.

La radiotelegrafía se disemina por el mundo llegando a varios países, continúan las experiencias en torno al nuevo vehículo de comunicación. Comienza así, en 1916, la radiotelefonía. La ocurrencia de estos avances paulatinos convierte la década del veinte de esplendor para el desarrollo acelerado de la radio.

Ya en 1921, Lenin presta especial atención al laboratorio radial de Nizhniegorodsk, donde el ingeniero Bonch-Brujevich realiza importantes trabajos en el campo de la radiotécnica y la televisión. En Moscú, transmite una poderosa emisora de radio y la producción de receptores y altavoces va en aumento. En 1924 queda constituida la empresa Radioemisión, para la construcción de plantas y preparación de programas.

En aquella época, la K.D.K.W en Estados Unidos difunde a todo el país el resultado de las elecciones presidenciales, mientras que en Inglaterra, el gobierno asume la operación de B.B.C de Londres, y en Alemania, la N.A.U.E.N extiende sus ondas más allá de las fronteras.

Hacia 1926 comienza la fabricación de receptores alimentados con corriente alterna, en sustitución de las pilas con diferentes potenciales en varias partes del circuito y los espacios informativos adquieren a la vez extraordinaria importancia en la radio.

Las emisoras parisinas, por su parte, comienzan en 1931 espacios informativos mediante la lectura de la prensa diaria, siendo este procedimiento generalizado en Estados Unidos y México.

Durante la segunda guerra mundial, los promotores de la política, la información y lo propaganda alemana fueron los primeros en emplear la radio como medio de difusión para la información, convirtiéndolo en el poderoso instrumento de comunicación que es hoy.

Por su parte las mafias imperiales le ofrecen gran importancia como medio para desarrollar sus políticas hegemónicas, destinando importantes sumas para crear emisoras que ataquen directamente a las naciones que desean oprimir, por considerar que viven fuera de la ley, la democracia y la libertad. Tal es el caso de Cuba, que ha sido atacada hace más de 50 años por numerosas emisoras de dicho país basados en una construcción de la realidad bajo el principio de la desinformación.

Jesús Martín Barbero plantea que en la radio a partir de los años sesenta un proceso de transformación que responde a la tendencia general que impone el desarrollismo y la crisis que en ese medio especialmente desencadena el auge de la televisión. (Martín, J: 1998)

Sobre lo que ocurre con la década de los ochenta plantea que la crisis de identidad de los partidos políticos tradicionales y la ausencia de una interpelación eficaz a lo popular desde la izquierda va a facilitar que los medios masivos y en especial la radio, pase a convertirse en agente impulsador de unas identidades sociales que responden más al nuevo modelo económico que a una renovación de la vida política.

1.3.3 La radio en Cuba

Cuba es el primer país de América Latina que alcanza el desarrollo de la radio como tecnología logrando transitar por diferentes etapas, las cuales se enmarcan en cuatro periodos reflejados en la investigación de Oscar Luís López en su libro La Radio en Cuba.

El primero, denominado Artesanal, que comprende desde 1920 hasta 1922; el Comercializador, que transcurre desde 1929 a 1940, el tercero, calificado Monopolizador, entre 1940 y 1950, y el cuarto y último momento, llamado Transcisional, que sucede a partir del triunfo de la Revolución.

En el primer período "artesanal", se ubica la primera transmisión en Cuba, perteneciente a la emisora 2LC del músico cubano, creador del género ¨criolla¨, Luís Casas Romero, sus primeros pasos quedaron en la historia de la radio en el país cuando el 22 de Agosto de 1922 a las cuatro de la tarde da comienzo el programa con las notas de nuestro Himno Nacional, interpretado por la orquesta Casas, dirigida por el maestro Luís Casas Romero, este acontecimiento ocurre en la época en que se producía la expansión industrial financiera de los consorcios eléctricos de Estados Unidos.

Dentro de los aspectos identitarios estaba dar la hora con el cañonazo de las nueve de la noche, siendo en Cuba una tradición celebrar cada 22 de agosto el día de la Radio Cubana.

Así sucesivamente, surgen las emisoras CMBX y CMQ (La Voz de las Antillas), entre otras tantas emisoras que aparecieron como nuevas fuentes de negocios para ganar cierta relevancia en el mundo social y político de la época.

Por otra parte el período "comercializador" estaba caracterizado por el empleo de los trovadores y orquestas en los programas, además de transmitir las noticias recortadas de los periódicos, lo que llevó a convertirse en periodismo radial o como se le nombraba en dicha época "periodismo de goma y tijeras".

En los años 30 la radio cobra incremento en el país, durante la "década romántica" del medio con la introducción de anunciantes y patrocinadores que cambian el carácter y contenido de la programación, aparecen locutores profesionales, que en general, trabajaban también como operadores de control.

Ya para 1937 existen en la capital más de 30 emisoras. En Santiago de Cuba sus estaciones mantienen espacios permanentes. También transmiten plantas desde Camagüey, Cienfuegos, Holguín, Matanzas, Ciego de Ávila, Pinar del Río, Santi Espíritus, convertidas en un eficiente medio para aumentar ventas y servir intereses políticos.

Luego en el período “monopolizador” La ciudad de La Habana contaba en 1939 (año que marca el punto más alto de crecimiento radial), con treinta y cuatro emisoras locales de onda media. Cada una con su programación individual, comenzada generalmente a las seis de la mañana y mantenida sin interrupción hasta la media noche, con un promedio de 18 horas diarias de permanencia en el aire para cada emisora. A esto hay que añadir 46 emisoras locales independientes, que operaban en las seis provincias que formaban el territorio nacional y 11 emisoras de onda corta.

Los métodos más avanzados del sistema radio-comercial norteamericano se aplicaron en Cuba, con las necesarias variantes que lo ajustara a un medio económico más reducido, que contaba con menores índices de consumo. Artistas, escritores y directores de radio, salieron con frecuencia de Cuba para ocupar posiciones destacadas en la radiodifusión de casi todos los países de la América Hispana e introdujeron en unos y ampliaron en otros, los estilos artísticos y métodos de trabajo, dando a la radiodifusión latina, tanto en arte como en su aspecto publicitario y comercial, una reconocida influencia de las normas creadas en La Habana.

Para garantizar una audiencia permanente en todo el territorio, se organiza la operación simultánea de muchas plantas transmisoras de radioaficionados en las provincias, unidas por un hilo telefónico a la central de La Habana, las conocidas cadenas de radio.

Los equipos de transmisión más potentes son obtenidos por financiamiento confidencial con agentes de los grandes fabricantes, predominando los dos monopolios más poderosos: RCA Víctor y General Electric. Así, los programas, edificios, equipos, personal y capital de operaciones quedan bajo el control de manos norteamericanas, dedicados a impulsar la penetración de sus productos mediante sistemas de propagandas dirigidos por agencias subsidiarias de aquel país.

El período de “transición” comienza con el triunfo de la Revolucionario. En los primeros meses del año 1959 los magnates de la radio y los altos dirigentes del sector de la publicidad adoptaron una actitud de precaución. Una de las primeras

medidas aplicadas por la Revolución fue la de suprimir las subversiones que recibían, confidencialmente, la prensa y las emisoras de radio y TV, pero los Ministerios aprobaron créditos para emplear, de un modo técnico y legal, la divulgación de diversos temas de interés público.

Las principales agencias de publicidad recibieron contratos para producir esos anuncios, dentro de las normas profesionales de los modernos servicios de relaciones públicas, de tal modo que, prensa, emisoras y agencias empezaron a considerar al Gobierno Revolucionario como un cliente a quien podían prestar buenos servicios, y obtener buenas utilidades. (López, O: 1998)

En los primeros años de la Revolución Cubana producto de la nacionalización de las emisoras comenzó a forjarse una radio con tendencias y conceptos diferentes, si bien heredera de lo mejor de su quehacer, por tradición y talento de quienes la forjaron, muchos de ellos continuadores en el medio, a partir del cual nació una radio eminentemente revolucionaria.

En primer lugar, por constituir un medio de difusión que desde entonces centró su principal objetivo en difundir el quehacer de todo un pueblo enfrascado en la forja de su nueva sociedad; en segundo, porque la radio en Cuba se hizo revolucionaria en sí misma a partir de nuevos criterios de realización que maduraron progresivamente, ello como parte de la cotidianidad y las nuevas experiencias, así como por la búsqueda de formas novedosas en el arte de hacer y decir de la radio.

Esta radio tuvo un período inicial de centralización de los medios. Esto se produjo con las cadenas provinciales de las antiguas seis provincias y una estación por cada región. Luego, con la Nueva División Político Administrativa, se incrementó la cantidad de provincias en el país. Este proceso dinamizó el surgimiento de nuevas radios provinciales, luego de forma paulatina se introducen las radios municipales y comunitarias que con nuevas tecnologías transmiten en función de prioridades locales específicas.

1.3.4 La radio comunitaria en Cuba

Pensar la radio desde lo local, remite a una radio nueva, que refleje la cultura, tradiciones, realidades del contexto, desde una posición problematizadora que responda a los intereses populares, que se realice desde la comunidad y para la comunidad, aunque existen varias concepciones acerca de la existencia en Cuba de una radio comunitaria, lo cierto es que la afiliación a una de las teorías depende de la interpretación de las definiciones que se aportan.
En wikipedia se define radio comunitaria como una estación de transmisión de radio que ha sido creada con intenciones de favorecer a una comunidad o núcleo poblacional, cuyos intereses son el desarrollo de su comunidad.

José Ignacio López Vigíl, ha sido un estudioso de la radio comunitaria, fundamentalmente en América Latina, y la define de la siguiente manera: “Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando se estimula la diversidad cultural; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; ésa es una radio comunitaria”.

Esto significa que la radio comunitaria es un medio que contextualiza, se centra en la territorialidad de los hechos que ocurren, promociona el talento de local, dando voces a las personas que consumen el producto radial, se nutre de colaboradores de la comunidad, las personas que en ella laboran se perfilan a la realización y el periodismo con un alto sentido de pertenencia con sus coterráneos, siendo el discurso una devolución a sus preferencias y solicitudes logrando un intercambio en espiral emisor-mensaje- receptor en pos de la transformación del entorno.

En América Latina sus fines son diversos, en algunos casos donde los nuevos movimientos sociales son resultado de una nueva postura asumida por la sociedad organizada a través de sus transmisiones se construyen las redes

sociales que se pronuncian contra el sistema imperante y apoyan a otros que a su juicio pueden transformar su status social a través de la acción política.

Según Carlos Rafael Diéguez el movimiento mundial de radios comunitarias ha pasado por varias etapas. Empezó con la modalidad de escuela radiofónica en los años cuarenta en Colombia. Después pasó a reivindicar posturas de lucha social y se llamó radio popular. En los años ochenta empezó a tener identidad como radio comunitaria y en los noventa como radio ciudadana.

Más adelante el radialista plantea que en los últimos años se habla cada vez más de radio comunitaria y ciudadana, que se define así en la medida que su misión se relaciona directamente con el ejercicio de los derechos ciudadanos: Las radios comunitarias y ciudadanas: son lugares de representación de diferentes identidades culturales y de construcción de la democracia, pues ejercer ciudadanía es dejar de ser neutrales.

Además él es del criterio que en Cuba las radios de tipo comunitarias son las más numerosas, cerca de 70 pequeñas emisoras envían sus señales desde lugares bien recónditos como La voz del Toa en Baracoa, en la oriental provincia de Guantánamo, ésta realiza una labor insustituible de facilitación social al avisar a los montañeses de los productos que se reparten en las bodegas, de los partos del día, felicitaciones de cumpleaños o extravíos y disímiles servicios.

Existen autores que definen las emisoras nacionales, provinciales, municipales como radios comunitarias por la comunidad de intereses que las relacionan, sin embrago en la estructura de La Radio Cubana se clasifican en comunitarias las que inicialmente se llamaron de “nuevo tipo”, que aunque se ubican en los municipios difieren en el sistema institucional de las municipales.

Es por ello que la investigadora de esta tesis considera que en Cuba tanto las emisoras municipales, provinciales y nacionales tienen un mismo objetivo de orientar, informa, recrear y educar a las audiencias, sin embargo se diferencian en dos elementos las que se ubican en lo que se clasifica como radios comunitarias:

El primero es en el perfil, ya que en las radios comunitarias se logra la participación directa y voluntaria de las voces de la comunidad, en estas se difunden los principales procesos que ocurren en los más simples sectores de la comunidad, cercana a las audiencias, con una alta influencias en esta dándoles participación a los protagonistas, existe un alto sentido de pertenencia de la comunidad por el medio, lo que las distingue de cualquier medio municipal, provincial y nacional.

Y el segundo es desde el punto de vista de la organización institucional porque surgen con la idea “mujer/hombre/radio”, donde una misma persona realiza todos los roles que existen para lograr el producto radial, aunque no todas se han mantenido con este sistema organizativo.

Además otros factores que las caracterizan son que en su mayoría el personal se ha reorientado al periodismo y a las especialidades artísticas que existen en la radio, por lo que se dedican esfuerzos en la superación del colectivo y que la investigación social permite una constante retroalimentación, buscando que la radio comunitaria se parezca a su entorno.

En el siglo XXI se mantiene la radio comunitaria cubana como factor indispensable en la sociedad que perfeccionamos a tono con las exigencias por la calidad del producto radial, la educación en valores, la defensa de los derechos humanos, la equidad de género, la difusión de lo que ocurre desde lo local por el logro del desarrollo sostenible, entre otros intereses de la comunidad.

1.4 Fundamentos en que se sustenta la Estrategia de Capacitación para lograr un discurso mediático no sexista en Radio Chaparra

1.4.1 Definición de estrategia de capacitación

Resulta imposible diseñar científicamente una estrategia de capacitación para influir en el discurso mediático desde una perspectiva de género al margen de una consideración real y objetiva de las prácticas que existen en los medios de comunicación.

Por ejemplo desde el punto de vista conceptual Barreras, F plantea" El más complejo de los aportes prácticos es la estrategia; tiene como propósito fundamental, la proyección del proceso de transformación del objeto de estudio desde un estado real hasta un estado deseado, que condiciona todo el sistema de actividades recursos a emplear para alcanzar los objetivos del máximo nivel" (Barrera, F: 2004)

En este sentido se utilizan diferentes denominaciones para distinguir el tipo de estrategia que se aplica. Así se utiliza el término de estrategia metodológica, educativa, pedagógica, didáctica entre otras.

El que una estrategia sea de uno u otro tipo depende del contexto o ámbito concreto sobre el cual se pretende incidir directamente y de la especificidad del objeto de transformación. Este término aplicado a la capacitación para transformar el discurso en la comunicación se puede reconocer como una propuesta de carácter multidisciplinaria porque se utiliza el campo de las ciencias pedagógicas para incidir en la comunicación.

Al respecto se han emitido varias definiciones por diferentes especialistas.

("…) Una estrategia educativa contempla acciones organizadas como un sistema metodológico, que se integra al proceso pedagógico en los diferentes contextos, para estimular los diferentes aprendizajes del sujeto y orientar su crecimiento (…") (Márquez, O: 1999; pág 26)

Además resulta necesario comprender la estrategia pedagógica como (…") el sistema de acciones conscientes que le permitan al educador y a su colectivo dirigir el proceso pedagógico de forma óptima para alcanzar los objetivos propuestos en función de satisfacer las necesidades educativas diagnosticadas en los escolares y en los contextos en que se desarrolla su personalidad (…") (Gutiérrez Moreno: 2003; s/p).

Estos autores coinciden al señalar que las estrategias son siempre conscientes, intencionadas y dirigidas a la solución de problemas de la práctica, como instrumentos de la actividad cognoscitiva que permiten determinada forma de actuar sobre el mundo, de transformar los objetos o situaciones.

El análisis de las definiciones anteriores posibilita determinar las ideas o elementos comunes presentes en ellos y que constituyen la esencia para la definición de estrategia pedagógica las cuales son: sistemas de acciones integradas al proceso pedagógico que posibilitan la transformación de sujetos o de objetos y el alcance de los niveles de desarrollo esperados.

Sin obviar elementos importantes que se han abordado, la autora de esta tesis entrelaza lo planteado por los autores Barreras, F (2004) y Márquez, O (1999) porque el primero propone la proyección del proceso de transformación del objeto partiendo de un estado real a un estado deseado, y el segundo la específica como instrumento de la actividad cognoscitiva que permiten esta transformación.

Es importante destacar los antecedentes en Cuba de las investigaciones de Isabel Moya Richard, donde se han diseñado acciones para capacitar a comunicadoras y comunicadores en temas de género y comunicación. En este sentido se resaltan los diplomados con carácter internacional y talleres del Instituto Internacional de Periodismo José Martí a través de la Cátedra Género y Comunicación Mirtha Aguirre. El proyecto de La Editorial de la Mujer para dar tratamiento al la plataforma de Beijing, donde existen experiencias de capacitaciones para generar periodismo de género en todos los soportes del país.

Pienso que una estrategia de capacitación se puede entender como la proyección de un proceso de transformación utilizando recursos pedagógicos que permite

llevar a las personas desde un estado de conocimientos hasta otro estado de conocimientos deseado. Ello condicionará todo el sistema de actividades y recursos a emplear para alcanzar los objetivos de conocimientos planteados.

CAPÍTULO II DISEÑO METODOLÓGICO

2.1 De la metodología:

Problema:

¿Cómo diseñar una estrategia de capacitación para lograr un discurso mediático no sexista en Radio chaparra?

Premisa:

Desarrollar una estrategia de capacitación con enfoque de género incidirá en el proceso de cambio para lograr un discurso mediático no sexista en Radio chaparra.

Objetivo general:

Diseñar una estrategia de capacitación para lograr un discurso mediático no sexista en Radio Chaparra.

Objetivos específicos:

- Realizar el Análisis Crítico del Discurso mediático de varias emisiones para diagnosticar las manifestaciones del sexismo.
- Modelar la estructura y temas que debe tener la estrategia de capacitación para contribuir al cambio en las culturas profesionales del público interno de Radio Chaparra que propicie la utilización de la perspectiva de género en los productos comunicativos que salen al aire.

Definición de categorías

Para el análisis del objeto de estudio e utilizaron las siguientes categorías:

Estrategia de capacitación: la proyección de un proceso de transformación utilizando recursos pedagógicos que permite llevar a las personas desde un estado de conocimientos hasta otro estado de conocimientos deseado. Ello condicionará todo el sistema de actividades y recursos a emplear para alcanzar los objetivos de conocimientos planteados.

Género*:* el saber que devela que el ser mujer u hombre más allá del hecho biológico es el resultado de una construcción simbólica erigida sobre los cuerpos y las subjetividades de sujetos sexuados que se constituyen en la historia y que adquieren su identidad en un movimiento relacional y complejo de interacciones sociales, a la vez que constituyen un ethos particular. Este proceso sociocultural y subjetivo denota relaciones jerárquicas de poder, en contextos concretos e históricamente determinados, y signa el proceso de interacción entre los seres humanos en el ámbito doméstico, privado y público. Esa construcción de sentido está a su vez condicionada por la raza, la clase, la etnia, la diversidad sexual, la discapacidad y otras tipificidades de la condición humana. (Moya, I: 2010; pág 23)

Perspectiva de género: es una perspectiva que impacta a mujeres y a hombres, y beneficia al conjunto de la sociedad, al levantar obstáculos y discriminaciones, al establecer condiciones más equitativas para la participación de la mitad de la sociedad y al relevar a los hombres de muchos supuestos de género que son también un peso y una injusticia. (Lagarde, M: 1997)

Discurso Radiofónico: es el Conjunto de elementos sonoros que se difunden para producir estímulos sensoriales, estéticos o intelectuales o (…) para crear imágenes”***,*** en un principio estas imágenes son sonoras, auditivas; pero se convierten en visuales en el pensamiento del receptor (Oyente). (Santana H: 2006; pág 2)

<u>Sexismo en el Discurso</u>: ¨un discurso apoyado en mitos, creencias, asignaciones de roles, normas, leyes teorías científicas que refrendó y naturalizó como inferior a las mujeres y lo considerado femenino. La diferencia biológica se constituyó en desigualdad y discriminación en las prácticas culturales, políticas, económicas, sociales y en el quehacer cotidiano" (Moya I: 2010; pág 21)

Operacionalización de las categorías de análisis
Sexismo en el Discurso Radiofónico:
Dimensiones:

1- Tema:(Economía, Política, Educación, Cultura, Deporte, historia, Conflictos Armados, /Amor(en los temas musicales)
2- Temática de la agenda de género (Salud Sexual y Reproductiva, Violencia de Género, Acceso a la toma de decisiones, Roles masculinos y femeninos tradicional, Roles masculinos y femeninos emergentes, ciclos vitales/ Relaciones de pareja (en los temas musicales).
3- Subtemas.
4- Enfoque (Problémico, apologético, de denuncia).
5- Géneros periodísticos (Noticia, reportaje, entrevista, crónica, testimonio, comentario.
6- Titular (Informativo, llamativo, sensacionalista (/ Solo para géneros periodísticos.
7- Protagonismo (Protagonistas de la noticia: sexo, estado civil, color de la piel, origen o situación geográfica, grupo etáreo y profesión; tipo de protagonismo: independiente, dependiente, se refieren a sus habilidades intelectuales, se refieren a su fuerza; espacios donde aparecen las y los protagonistas: privado/doméstico, público/institucional, público de creación, indefinido).
8- Roles (victima, sobreviviente, activa/o, pasiva/o, tradicional, transgresora/o, experta/o, citada/o).

9- Tratamiento al cuerpo femenino (Objeto sexual, referencia al físico, referencia al vestuario.
10- Atributos en el caso de los hombres (Desafío al peligro, búsqueda de aventura, posición de poder, virilidad por la cultura falocéntrica, competencia, confianza en si mismo, control, homofobia).
11- Lenguaje sexista (Masculino como sinónimo de humanidad, adjetivo peyorativos para referirse a las mujeres, diminutivo al referirse a las mujeres).
12- Música incidental o de apoyo (interpretación: mujer/hombre/mujer y hombre; temas asociados a: mujer/hombre, mujer y hombre).

Carácter de la investigación

Esta investigación analítica descriptiva utilizará la metodología cualitativa porque se realiza a través del Análisis Crítico del Discurso de la programación de Radio Chaparra, que permite describir e interpretar los valores, ideas, prácticas culturales de comunicadores y comunicadoras y valorar un grupo de tendencias que se mantienen en el discurso mediático de comunicadoras/es y así poder aplicar una estrategia de capacitación dentro de la cultura organizacional.

Métodos y técnicas utilizadas

Observación participante:

La investigadora formó parte de las rutinas productivas para dar seguimiento a las prácticas profesionales y así poder diagnosticar los elementos que se tienen en cuenta para la concepción de los productos comunicativos. Se observó si dentro de las temáticas que se consideran importantes se encuentra la de género, si en la auto preparación se incorpora la perspectiva de género, si comunicadoras y comunicadores se interesan por la superación en el tema. El cumplimento con las normativas del ICRT para el tratamiento de la temática de la mujer y la valoración

que se hace al respecto. La armonía del colectivo para lograr mejores prácticas y el protagonismo de las comunicadoras en la actividad que realizan.

Grupo de discusión:

Aunque en este colectivo se integran las funciones durante el proceso productivo se realizaron las discusiones en dos grupos focales, uno con el personal periodístico y otro con el de realización para construir un diagnóstico que permita tener una visión particular y a la vez global, lo que sirve a la investigadora para constatar el conocimiento que tienen de los principales conceptos que se trabajan en la investigación, como se utilizan en los componentes del discurso mediático los enfoques de lo femenino, lo masculino y la diversidad sexual. Explorar la sensibilidad en cuanto el tema y las propuesta de cambio.

Análisis crítico del discurso:

Se aplicó como herramienta para interpretar, describir y señalar tendencias en las prácticas sexistas presentes en el discurso mediático en varias emisiones de la programación de Radio Chaparra a partir de hojas de registro por cada producto comunicativo donde se refleja una lectura de los temas, las temáticas de la agenda de género y subtemas que se tratan, los enfoques, géneros periodísticos que se utilizan, los titulares, el protagonismo, los roles y el tratamiento del cuerpo femenino, los atributos cuando se refieren a los hombres, la utilización del lenguaje y el análisis de la música.

2.4 Grupo de estudio

Se escogió como escenario en el estudio la emisora comunitaria Radio Chaparra ubicada en el municipio Jesús Menéndez de la provincia Las Tunas, que transmite

cuatro horas diarias por los 90. 9 de la Frecuencia Modulada (FM) y los 1470 de la Amplitud Modulada (AM).

Se seleccionó porque esta emisora cuenta con un prestigio social. En los informes mensuales de la relación audiencia-programa se ha podido constatar su impacto en las mujeres ya que son las que más escuchan la programación y las que más interactúan a través de sus cartas y llamadas.

Otro elemento tomado en cuenta es que por ser esta una emisora comunitaria que se ha planteado como necesidad la superación de su colectivo porque nadie es graduado de periodismo. En su mayoría son personas graduadas de ingenierías y solo un reportero es Master en Ciencias de la Educación.
La emisora comunitaria Radio Chaparra tiene un universo de 16 personas (8 mujeres y 8 hombres), de ellas 2 directivas (2 mujeres), 2 realizadores de sonido(2 hombres), 2 especialistas en los medios audiovisuales(2 mujeres) , 5 periodistas (3 hombres y 2 mujeres), 3 realizan dirección y locución (2 mujeres y 3 hombres).

Para el Análisis Crítico del Discurso se seleccionaron dos programas diarios que conforman la programación de verano durante una semana desde el lunes 1ro al sábado 6 de agosto de 2011 ambos con público general como destinatario.

- **Tiempo Diferente**, programa integrado por dos locutores (1 mujer y 1 hombre), una directora, un realizador de sonido e intervienen todo el personal de periodismo indistintamente. Su función es recreativa y su clasificación es de un programa de variedades.
- **Disco de Verano**, colectivo de programa integrado por dos locutores (1 mujer y 1 hombre), una directora, un realizador de sonido. Su función es recreativa y su clasificación es de discoteca.

CAPÍTULO III ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

3.1 Análisis de la observación participante

La investigadora formó parte de las rutinas productivas para dar seguimiento a los principales temas contenidos en la guía de observación. Se observaron los consejos de programación, todos los colectivos de programas, pruebas de mesa, programas en vivo y turnos de grabación y edición. Se seleccionaron los meses de programación de verano julio y agosto. (ANEXO I).

En este proceso se constató que: en la elaboración del plan temático se incluye la temática de la mujer orientada como priorizada por el Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT). Aunque existe una periodista encargada de tratarla de manera específica, se planifica sin tener en cuenta el discurso incluyente y los temas de la agenda de género, lo que se revierte en un tratamiento no intencional en la aprobación de las líneas temáticas en los colectivos de programas, lo que limita los enfoques al darle salida en el proceso productivo. Es un engranaje de selección de temas que se realiza sin intencionalidad desde la planificación. Los enfoques que se privilegian son los que responden a la cultura androcéntrica. Y los trabajos de “mujeres” son entrevistas a trabajadoras destacadas o dirigentes de la comunidad. A pesar de la emergencia del tema en los dos meses observados no se planificó ningún tema referido a la diversidad sexual.

En la producción musical que se colegia en las pruebas de mesa existe la tendencia de no tomar en cuenta el balance de voces contenida en la política musical del Instituto Cubano de Radio y Televisión que establece la presencia equiparada de cantantes hombres y mujeres en las canciones que se radian. Se ubican de manera espontánea los temas musicales, sin embargo en la mayoría de los colectivos sí se detienen en la selección para valorar el balance de géneros musicales, formatos y porciento de música extranjera y cubana que está plasmada

en las fichas de control de programas. No hay reflexión acerca de las letras de las canciones y su contenido.

En cuanto a la observación de los programas en vivo se evidencia que en ocasiones se complace a la audiencia por los resultados de los concursos de participación, sin tomar en cuenta el balance de voces, aspecto que se utiliza para justificar en ambos programas para radiar más hombres que mujeres. Además no se ve dentro de la auto preparación para la realización del programa la introducción de la perspectiva de género en la selección de los temas musicales, incluyendo a las personas que han participado en acciones de superación sobre el tema.

Los resúmenes mensuales e informaciones que se brindan a la instancia superior solo contabilizan el tratamiento a la temática priorizada ¨mujer¨, es decir se analiza exclusivamente desde el punto de vista cuantitativo. Existe ausencia total del análisis cualitativo del tratamiento de la temática en los diferentes espacios del sistema de gestión de la calidad.

En el desarrollo de los colectivos de programa se evidencia que falta armonizar acciones para lograr mejores prácticas en el tratamiento de la temática, se ve como algo a cumplir, pero no se interioriza en sus dimensiones e implicaciones sociales y políticas.

Solo dos personas incorporan la perspectiva de género en el discurso mediático, una mujer (reportera) y un hombre (director y locutor), ambos poseen los conocimientos básicos porque en algún momento han recibido capacitaciones de esta materia, pero es más un interés personal.

No se proponen en la planificación temática los enfoques de la diversidad sexual y los asuntos relacionados con estereotipos de lo femenino y lo masculino se hace

sin intencionalidad para abordar temas de igualdad/desigualdad, estereotipos, mitos o los temas de la agenda de género.

Se realizan trabajos periodísticos utilizando vivencias de las mujeres, sin embargo aún es insuficiente el ejercicio del periodismo de investigación en los ámbitos donde participan las mujeres. La utilización de esta perspectiva en el proceso productivo es incipiente porque no conocen el camino para lograrlo.

3.1.2 Análisis de los grupos de discusión

Se siguió una guía que permite conocer múltiples opiniones del colectivo en torno al objeto de investigación. Se trabajó con un grupo del departamento de programación y uno del informativo. Existen puntos de vista en los que los grupos convergen y otros en lo que difieren generando debates, lo que consideran parte del acercamiento al tema. (ANEXO II)

Al referirse a lo que se entiende por género ambos grupos conocen poco sobre el tema, se acercan al término una de las reporteras y uno del grupo de programación coincidiendo que han estado alguna vez en capacitaciones de género. Los demás asocian su significado a los géneros periodísticos, géneros musicales, mientras que otras personas se refieren a las características anatómicas, físicas, a los genitales. Un reportero afirma desconocer el género.

Sobre el sexismo la mayoría plantea que es la prevalencia de un sexo sobre otro, coincidiendo que el hombre se jerarquiza “producto de la cultura caribeña”, de las tradiciones, aunque una de las artistas plantea que se jerarquiza lo mismo al hombre que a la mujer no porque se haya dado superioridad a los hombres, si no que se han desvalorizado a las mujeres. Cuando se analiza su presencia en el discurso mediático se esboza que en muchos de los componentes del discurso se invisibiliza a las mujeres, pero que se ha avanzado porque ya en la programación de la televisión existen spots incluyentes.

También se esgrime como pretexto a la antigüedad del idioma, un miembro del grupo del informativo plantea que el idioma históricamente ha sido así y que ahora se le quiere dar otro giro. Dos hombres uno de programación y otro de informativo asocian el masculino genérico como sinónimo de humanidad a lo que la sociedad ha creado como patrón, ejemplifican con las obras de Marx al referirse a la humanidad decía el ¨hombre¨ en muchas de sus frases celebres.

La política editorial de la emisora es la plataforma programática de temas a tratar en los diferentes espacios. Se plantea de manera unánime que no se incluyen estos temas, que se hace de manera general al tratar el tema mujer según lo orientado por el Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT).

En lo que respecta a las rutinas productivas refieren que estimula muy poco la inclusión del tema, que generalmente lo hacen quienes han participado en eventos o talleres relacionados con el tema, pero no es algo que se haya planteado como línea para incluirlo. Se reconoce que en el proceso es pobre la intención de incluirlo en la conformación del plan temático, las pruebas de mesa, las producciones musicales.

Al referirse a sí se incluyen en las temáticas priorizadas problematizar los paradigmas de lo masculino, lo femenino y la diversidad sexual plantean que los enfoques que se privilegian generalmente son los masculinos y cuando se privilegia el femenino se enfoca como la mujer tradicional madre-esposa totalmente dependiente de su familia y se le atribuyen sus éxitos a la ¨ayuda¨ de la familia. Consideran que la temática de la orientación sexual donde más se incluyen estos paradigmas es en la de VIH/sida. Aseveran que en las demás se hace de manera general. La temática priorizada de la mujer se dirige de manera mensual y se planifica porque si no se pone así no se trata.

El grupo del departamento informativo plantea que los géneros periodísticos que más incluyen estos enfoques son en los testimonios y en menor cuantía las

entrevistas porque la persona habla directamente, fundamentalmente si se trata el tema de la diversidad sexual. En los demás se tiende a generalizar el tema ya que existen muchos tabúes para hablar por la radio de lesbianas, homosexuales, es decir se manifiesta cierto temor de reporteras y reporteros de poner sus puntos de vista que se incluyen en otros géneros periodísticos como el comentario, el reportaje. Una persona plantea que se ha tratado en innumerables ocasiones, pero la mayoría coincide que se prioriza solo en determinadas porque en esta emisora eso se considera como un tema crudo. Otras plantean que si se trabaja de manera sistemática puede saturarse o se es más discriminatorio tratando de resaltar esta arista en los trabajos periodísticos. Consideran como una posibilidad que participe en algún programa del medio alguna de estas personas, pues es una forma de incluir a estas personas.

Una reportera nombra la orientación sexual ¨inclinación¨ y que en los enfoques de lo masculino y lo femenino en las entrevistas se evidencia el sexismo porque se entrevistan muchos dirigentes y la mayoría son hombres. Esta aseveración fue cuestionada por un miembro del grupo quien dice que necesita que esto sea demostrado gráficamente. Los miembros del grupo de programación refieren que estos enfoques se utilizan fundamentalmente en los programas con función de orientación con destinatarios mujer-familia y jóvenes. Plantean que hay programas apropiados para estos tipos de temas, es decir, los ven como tema especializados, no como temas comunes que se pueden tratar sin tabúes en cualquier programa. Uno de los artistas, quien considera incluir los enfoques plantea que se pudiera hacer más con la propaganda y no existe propaganda de estos temas en la emisora.

En cuanto a la presencia del sexismo en los componentes del discurso radiofónico piensan que es la palabra en primer orden y después la música. Se plantea el sexismo en el lenguaje como una de las problemáticas que más marca el discurso, lo circunscriben en el uso de ¨las y los¨ como elementos necesarios para lograr la inclusión y no todos reconocen que pueden existir otras formas de ser incluyentes,

lo que ocasiona polémica porque muchos lo entienden como cuestión del lenguaje español que tiene miles de años y nadie lo puede cambiar porque puede distorsionar el idioma, el habla popular. Otra forma discriminatoria a la que se refieren es el protagonismo en la locución y refieren que en los programas **Tiempo Diferente** y **Disco de Verano** el protagonismo es de los hombres que hacen locución, lo que se marca dentro del guión como locutor número uno.

A pesar de las diferencias de criterios, polémicas, reafirmaciones machistas la mayoría reconoce en mayor o menor medida la problemática, plantean desde sus conocimientos que otras formas de comunicación es posible, que se deben utilizar enfoques que visibilicen a las mujeres dándole protagonismo en las entrevistas, utilizando un lenguaje incluyente en los componentes del discurso con énfasis en la palabra, haciendo un estudio bibliográfico del habla popular cubana, y de los diccionarios existentes.

Los grupos reconocen que no tienen la preparación necesaria para presentar los diferentes puntos de vistas sobre el tema. Plantean que para lograr el cambio es necesario la capacitación por un tiempo prolongado, no un taller o dos, a diferentes escalas, tomando como eje central el Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT) para que se incluya este tema en los objetivos de las emisoras, preparar a los equipos de realización. Se deben realizar estas capacitaciones de manera teórico prácticas en el colectivo de Radio Chaparra para incorporar esta perspectiva en las culturas profesionales y poder influir en las audiencias.

3.1.3 Análisis del Discurso Mediático

Después de estudiar la propuesta para el análisis de contenido que aparece en el capítulo de igual nombre del libro “Sin Contraseñas” de la Doctora cubana Isabel Moya Richard, se adapta la misma al medio objeto de estudio: la radio y se asume como base para el análisis crítico del discurso. El análisis se realiza teniendo en cuenta los componentes del discurso radiofónico, con énfasis en la palabra y la música. El Análisis Crítico del Discurso se realiza en los dos programas de muestra en seis emisiones a partir de la información que arroja la base de datos creada con este fin. (ANEXO III)

Programa Tiempo Diferente:

- ✓ Se analizaron un total de trescientos quince parlamentos. El uso de la palabra como componente significativo del discurso mediático nos arroja que en cuatro de los programas la locución se hace por una mujer y en solo dos por hombres, debido a la ausencia del locutor habitual y en su lugar fue asumida por un colaborador. Sin embargo existe un lenguaje sexista ya que en los programas estudiados en veintinueve ocasiones se utiliza el masculino genérico como sinónimo de humanidad.

- ✓ Se abordaron cuarenta y nueve productos comunicativos dentro del programa siete son de temas económicos, diecinueves políticos, diez de cultura, siete de deportes, uno sobre conflictos armados y cinco de salud. Solo en cuatro se tratan temas de la agenda de género, tales como: salud sexual y reproductiva y uno la violencia de género, este último cargado de tecnicismos que lejos de cambiar actitudes se hace tedioso al escuchar y luego se calza con un mensaje de bien público sobre “la sagrada e histórica misión de las mujeres de amamantar”. En cuanto a los enfoques que se utilizan cuarenta y dos tienen enfoque apologético, seis problémicos y uno de denuncia. Ello evidencia la tendencia a abordar los temas desde

los logros alcanzados sin matizarlos. El género periodístico que prevalece es la noticia, teniendo en cuenta que se incluyen los boletines que en su mayoría se utiliza este género, así como los titulares informativos. Dentro de los protagonistas de la noticia la mayoría pertenecen al sexo hombre presentes en treinta trabajos, en solo un caso se especifica su estado civil casado y diecisiete de piel blanca y mayoritariamente son de la zona urbana del municipio, sin embargo más del setenta porciento de la población es rural.

Al referir el tipo de protagonismo que se evidencia en las mujeres de un total de diecinueve se ubican dentro de las independientes once, una dependiente, tres se refieren a sus habilidades intelectuales y una a su fuerza en un tema del deporte. Aparecen en los espacios privado doméstico una, en el público institucional once, tres en el público de creación y tres en espacios indefinidos. En los roles que ejercen estas mujeres una aparece como victima, cinco voceras, cinco expertas y ocho citadas. En los géneros con temas de deporte se enfatiza el protagonismo en los hombres, solo en uno de los casos a mujeres “las morenas del Caribe”.

En cuanto a los hombres protagonistas se le atribuyen a dos características que se refieren al desafío al peligro; trece en posición de poder; seis de competencia y tres expresan confianza en si mismo. El lenguaje sexista se manifiesta a través del uso del masculino genérico como sinónimo de humanidad en treinta y dos productos y uno de ellos se utiliza en una de las expertas entrevistadas.

- ✓ En cuanto a la música, se radiaron un total de noventa y seis temas musicales, pero a pesar de existir una política musical diseñada para lograr el balance de voces solo dieciséis son interpretados por mujeres, cinco por personas de ambos sexos y los demás por hombres. Aunque se tratan temas que apuntan a la economía, política y cultura general; setenta y nueve, la mayor cantidad son dedicadas a temas de amor.

En un mayor porciento las mujeres son las protagonistas, debido a la asociación tradicional de las “dueñas del amor” aunque las canciones son en su mayoría interpretadas por hombres, de ahí se deriva que solo tengan protagonismo independiente quince; mientras que cuarenta y siete aparecen como dependientes; una sola se refieren a sus habilidades intelectuales. La mayoría aparecen asociadas al espacio privado/ doméstico.

Cuando se refieren a mujeres transgresoras son mujeres que han roto con los mitos del “amor romántico” impuesto por la cultura y en las interpretaciones se cuestionan o se les pide regresar a lo tradicional.

En nueve temas se da tratamiento al cuerpo femenino como objeto sexual, en cuatro se refieren al físico e igual número al vestuario, sin embargo en las que aparecen hombres como protagonistas se presentan con atributos tales como: dos en **“desafío al peligro”**, ocho en **búsqueda de aventura**, dos en **posición de poder**, dos en **virilidad** por la cultura falocéntrica, seis en **competencia**, seis en **confianza en si mismo** y uno **control**. Existe un marcado lenguaje sexista y en once canciones se usan adjetivos peyorativos al referirse a las mujeres.

- ✓ Se radiaron dieciséis mensajes de bien público, dos referidos a temas de economía; político uno; siete culturales específicamente sobre el verano y seis de deporte. El protagonismo de las mujeres es inferior ya que solo en dos ocasiones ellas aparecen, mientras que seis son hombres y en ocho intervienen ambos. Se utiliza un lenguaje sexista ya que en cuatro ocasiones se usa el masculino genérico como sinónimo de humanidad. En cuanto a la música incidental o de apoyo dos son interpretadas por mujeres y catorce por hombres.

- ✓ Se analizaron doce notas en el programa: una sobre educación; cuatro de temas culturales y siete de historia. En ninguno de los casos se tratan

temas pertenecientes a la agenda de género. Todas tienen un enfoque apologético.

Programa Disco de Verano:

- ✓ Se analizaron un total de ciento veinticinco parlamentos, de los cuales en los seis programas el protagonismo de la locución es de un hombre blanco. Siempre la mujer, también blanca es la conductora número 2 quien tiene menor participación y sus temas son secundarios dentro del programa. Se utiliza el masculino genérico como sinónimo de humanidad en cuarenta y nueve ocasiones dentro de los parlamentos.

- ✓ Del total de los trabajos periodísticos dentro del programa cuatro son de temas económicos, nueve de política, tres de cultura, y uno de conflictos armados. En ninguno se tratan temas de la agenda de género. En cuanto a los enfoques que se utilizan once son apologético, dos problémicos y cuatro de denuncia. El género periodístico que se utiliza en todas las emisiones es la noticia, ya que es más utilizado en los boletines y los titulares son informativos los diecisietes.

  Dentro de los protagonistas de la noticia son los hombres los que predominan en nueve trabajos, dos mujeres y seis son de manera general que no incluyen personas. En uno se especifica su estado civil casado, uno de la piel mestiza y del área urbana. Al referir el tipo de protagonismo que se evidencia ellas se ubican una como independiente y una se refiere a sus habilidades intelectuales.

  En cuanto a los espacios donde se desenvuelven ambas aparecen en el espacio público institucional una como fuente y la otra como citada. En cuanto a los hombres protagonistas se le atribuyen características que se refieren a la posición de poder en dos de ellos y uno confianza en si

mismo. El lenguaje sexista se expresa a través de uso del masculino genérico como sinónimo de humanidad en nueve ocasiones. Los boletines no se matizan con música incidental o de apoyo.

- ✓ En cuanto a la música, se radiaron un total de noventa y ocho temas musicales. A pesar de existir una política musical diseñada en cuanto al balance de voces: solo treinta y seis son interpretadas por mujeres, siete por ambos y los demás por hombres. Solo seis tratan temas de cultura general y las demás son sobre temas de amor marcadas por estereotipos tradicionales. Mayoritariamente las canciones versan sobre las relaciones de pareja, mientras que ocho resultan violentas por razones de género en lo que consideramos violencia simbólica y los roles masculinos y femeninos emergentes en siete, donde la relación de pareja no es la tradicional.

  Los subtemas más tratados son referidos a problemas irresueltos, a mitos del amor y la sexualidad como el amor que todo lo puede, la media naranja. Generalmente las canciones que cantan los hombres tiene en su mayoría a protagonistas las mujeres, ellas aparecen en cincuenta y nueve canciones, pero con un protagonismo independiente solo en trece, seis se refieren a su físico y la mayoría dependiente.

  En el espacio privado/ doméstico se presentan a treinta y siete, una en el público de creación y once en espacios indefinidos. En lo que respecta a los roles doce aparecen como victimas, cinco activas, siete pasivas, ocho tradicionales, dos emergentes, dieciocho transgresoras y siete citadas. Las canciones de mujeres transgresoras se refieren a las que deciden terminar con un amor por problemas irresueltos en la pareja.

  En estos temas se da tratamiento al cuerpo femenino como objeto sexual en dieciséis ocasiones y se hace referencia al físico en trece, mientras que en las que aparecen hombres como protagonistas se presentan con atributos tales como: desafío al peligro uno, en búsqueda de aventura doce, posición de poder trece, exaltación de la virilidad tres, competencia cinco y confianza en si mismo seis. Existe un lenguaje sexista ya que hacen alusión

al masculino genérico como sinónimo de humanidad en seis ocasiones, en diez se utilizan adjetivos peyorativos para referirse a las mujeres y en cuatro diminutivos. Dentro de los géneros musicales que utilizan adjetivos peyorativos o frases denigrantes hacia las mujeres están los reguetones.

- ✓ Se radiaron tres mensajes de bien público en la semana, donde dos tratan temas políticos y uno de economía dándole salida a las temáticas priorizadas. En ninguno de los casos se incluyen las temáticas de la agenda de género, aunque uno se realiza por la conmemoración del aniversario de la Federación de Mujeres Cubanas (FMC), por cuanto el enfoque es de efeméride política donde se recuerda la fecha pero no se hace alusión a los objetivos de la organización

  En cuanto a los enfoques que se utilizan uno es polémico y los otros dos apologético. El protagonismo en dos ocasiones fue de hombres y en uno de mujer. Se utiliza en una de los mensajes el lenguaje sexista, ya que en una ocasión se usa el masculino genérico como sinónimo de humanidad. La música incidental o de apoyo a la que se recurre una es interpretada por una mujer, otra por ambos sexos.

- ✓ En las notas del programa una aborda el tema de educación, otra de cultura y cuatro de historia como parte de una sección fija dentro del programa. En una se trata como temática de la agenda de género el acceso a la toma de decisiones. Todas tienen un enfoque apologético, en una se le da protagonismo a la mujer porque en los demás casos se refieren a lugares y hechos. La protagonista se presenta como soltera con hijos, mestiza y del área urbana. En el protagonismo se refiere a sus habilidades intelectuales, aparece en el espacio público institucional, citada aunque se hace una valoración escueta pudiéndose explotar más características que las distinguen, tanto en la ocupación de un cargo de dirección de primer nivel como su papel en la historia de la educación en el territorio. En ninguna se le

da tratamiento al cuerpo femenino. No se utiliza lenguaje sexista ni música de apoyo o incidental.

3.2.1 Aproximaciones a un diagnóstico

A partir de la articulación de los resultados obtenidos tanto en la observación participante, en los grupos de discusión y el análisis del discurso se constata que no existe sensibilidad en las comunicadoras y comunicadores de radio Chaparra en relación con el tema de género aunque algunas y algunos reconocen su importancia pues han recibido capacitación. Sin embargo todas y todos coinciden en afirmar que es uno de los temas priorizados sobre cuyo tratamiento se debe informar mensualmente junto con otros temas de interés de la política informativa a el organismo central del ICRT.

Igualmente se evidenció que no tienen incorporado a las culturas profesionales la perspectiva de género porque no conocen las teorías que sustentan este enfoque.

Existe mucha resistencia a la inclusión del lenguaje no sexista y se esgrime como justificación la tradición de la lengua española. Se utiliza el genérico masculino como sinónimo de humanidad.

En el discurso mediático se resaltan la palabra y la música marcadas con gran fuerza por el sexismo, no se reflejan de maneras diversas mujeres y hombres y el protagonismo se mantiene a favor de los hombres.

Solo se da tratamiento al tema de la diversidad sexual en fechas señaladas por campañas y en tópicos asociados al VIH/ sida porque existen ciertos tabúes en la realización de estos trabajos.

Los programas musicales analizados son protagonizados por hombres en la locución y las locutoras mujeres ocupan un lugar secundario generalmente como apoyatura para los diálogos masculinos o reforzando sus parlamentos.

Las letras de las canciones son en su mayoría peyorativas para las mujeres y en algunas ocasiones denigrantes. La música que plantea otras relaciones de pareja o que sitúa a la mujer desde posturas más transgresoras son menos radiadas.

En cuanto a los mensajes de bien público resulta particularmente interesante destacar que incluso el realizado el 23 de agosto en relación al aniversario de la FMC no aborda temas de la agenda de género.

Igualmente el tono de los mensajes es generalmente apologético por lo cual prima la exaltación muchas veces más con técnicas propagandísticas que periodísticas de la realidad del municipio.

A pesar de ser un municipio eminentemente rural la mayor parte de las personas entrevistadas o de los hechos reseñados son urbanos.

En general la tendencia es a que aparezcan más hombres como protagonistas de las informaciones como fuentes citadas o como expertos que mujeres.

Si relacionamos las creencias y prácticas enunciadas tanto en los grupos de discusión como en la observación participante con el resultado del análisis del discurso mediático podemos establecer una relación entre el desconocimiento sobre el enfoque de género, las concepciones machistas de comunicadoras y comunicadores con el sexismo que prima en el discurso mediático.

Este análisis demuestra que no hay conocimiento del tema desde el punto de vista teórico lo que se ve reflejado en los productos que se conciben para la programación. Por lo que surge la necesidad de un instrumento orientado a cubrir

las carencias reflejadas en este diagnóstico que permita encontrar el camino de nuevas formas de comunicar.

3.2.2 Propuesta resultado de la investigación

Como propuesta para el cambio se diseñó una Estrategia de Capacitación para lograr un discurso mediático no sexista en Radio Chaparra. La modalidad que se asume es la de fases teniendo como referencia la tesis de la Doctora Vilma Mestre Cárdenas y las experiencias de capacitación a comunicadoras y comunicadores de la Cátedra de la Mujer Mirtha Aguirre del Instituto Internacional de Periodismo José Martí.

La concatenación de las fases permite desarrollar la estrategia como un proceso organizativo en la institución. Se propone como objetivo rector contribuir a la preparación y desempeño de los públicos internos de Radio Chaparra a través de acciones para lograr un discurso mediático con enfoque de género, ya que el intercambio con los grupos arrojó que no tienen conocimientos teóricos en el tema y que existe la necesidad de aplicación de estos en el proceso productivo.

Teniendo en cuenta los resultados del diagnóstico se incluirán acciones de sensibilización, ya que estos temas necesitan no solo de información a la manera tradicional, por cuanto responde a juicios de valor, a concepciones y costumbres muy arraigadas.

Para la sensibilización se utilizará además de técnicas ya conocidas como el mundo azul y rosado, el reloj de uso del tiempo y otras, actividades solo para hombres, solo para mujeres y mixtas que enfaticen en lo emocional, las historias de vida y lo vivencial.

Para la capacitación se desarrollarán conferencias, talleres e intercambios durante el curso lo que responde a la solicitud de los grupos sobre la necesidad de una

preparación por un tiempo prolongado (varias sesiones), y de un trabajo sistemático de preparación práctica que resuelva las cargas sexistas reflejadas en los productos comunicativos analizados.

Cada fase tiene un objetivo específico que marca la secuencia lógica en el proceso. Se explicita la visión metodología, las acciones y el tiempo necesario para su ejecución el cual es flexible durante su aplicación.

Las características del equipo de realización de esta emisora comunitaria, quienes realizan las funciones de manera integral, permiten que se trabaje con el grupo como destinatario de la capacitación y a la vez teniendo en cuenta las individualidades reflejadas en el diagnóstico.

Se dedica una fase a las actividades de organización del trabajo en grupo con una hora dedicada a este aspecto por la importancia de la comunicación y la interacción del colectivo en el proceso. Otra fase es de diagnóstico que permite identificar las manifestaciones de sexismo presentes en los componentes de discurso.

A través de la fase de identificación de problemas se trabaja una sesión donde se valoran las causas de las dificultades que se presentan en la concepción de productos comunicativos sexistas y se elabora el árbol de problemas identificados en el diagnóstico.

En la fase de planeación o planeamiento se modelaran los temas a tratar. Los temas a tratar han sido extraídos precisamente no solo de los planes de capacitación consultados, sino del análisis articulado de la observación participante, los grupos de discusión y el análisis crítico del discurso. Se tomó en cuenta además a la hora de priorizar ciertos temas sobre otros, la posibilidad de intercalar resultados de la capacitación en la programación de manera paulatina. En este sentido, por ejemplo, junto con los aspectos teóricos de género se hace

hincapié en el sexismo en el lenguaje. Es aquí donde se profundiza en las necesidades a cubrir según el diagnóstico.

En la fase de ejecución se desarrolla el curso de capacitación involucrando a todas las personas que participan de manera directa en el proceso productivo porque es una necesidad que quienes dirigen y realizan el proceso productivo hasta su retroalimentación incorporen la mirada de género en su quehacer cotidiano.

Se concibe un curso de cinco temas dosificados en veinte horas clases, diez horas se dedican a la parte teórica y diez a la práctica para cubrir los vacios reflejados en el Análisis Crítico del Discurso, en las discusiones de los grupos focales y observados durante la investigación. En la fase de evaluación se valora la eficiencia de la estrategia de manera general a través de una devolución de productos comunicativos no sexistas socializados en forma de taller que permitirán validarla.

Esta emisora dentro de sus fortalezas cuenta con la participación activa de personas que colaboran en el proceso productivo, por lo que se propone una fase de sistematización, donde se consideran nuevas formas de aplicación de la estrategia teniendo en cuenta las características de los públicos.

Los temas de la capacitación estarán encaminados a la confluencia de las teorías de género y comunicación y la deconstrucción de productos comunicativos con perspectiva de género como base del curso.

En la emisora no existen personas graduadas en periodismo, por lo que se propone dedicar un tópico a los antecedentes de la radio y el lugar que ocupan las emisoras comunitarias en la construcción de la realidad con la participación activa de las audiencias.

Una de la problemáticas que más se reflejan es la utilización del lenguaje sexista aspecto que según criterios de los grupos se reduce a las y los. Se utiliza el genérico masculino como sinónimo de humanidad. Es pertinente ubicar en la estrategia un tema que aborde los elementos teóricos de la utilización del lenguaje y ejercicios prácticos para lograr un lenguaje incluyente.

Otro tema importante es la violencia de género en los medios vista desde la utilización de la palabra y la música en los programas y en los mensajes de bien público. Se deben hacer propuestas para lograr el balance de voces ya que se utilizan más las voces masculinas justificando con la existencia de más cantantes hombres que mujeres y la selección de temas porque los textos de las canciones que en su mayoría están centrados en el amor o desamor de las mujeres, permeados de mitos. Se utilizan de manera reiterada canciones que ubican a las mujeres como objeto sexual en los géneros musicales como es el reguetón.

Al realizar el análisis de los géneros periodísticos existe un desbalance, predomina la información y la entrevista. Estos géneros necesitan menos investigación y en los que se realizan existe el protagonismo de los hombres por estar en lugares claves hacia donde se dirige la política informativa. No existe una utilización acertada del periodismo de investigación, por lo que se incluye un tema que brinde las herramientas teóricas metodológicas del periodismo de investigación con perspectiva de género.

Esta forma de preparar al colectivo que participa en el proceso productivo de Radio Chaparra, es una propuesta de cambio no solo en la concepción del género, si no que es una vía para la superación profesional integral.

La Estrategia de Capacitación resultado de estos análisis que como ya he referido se ha concebido de manera participativa, adecuada al público al que va encaminada y con un enfoque integrador de la teoría de género y de comunicación forma parte de los anexos de esta investigación. (ANEXO IV)

CONCLUSIONES

Los nexos de la teoría de género y la comunicación han ido develando la necesidad de un enfoque que permita el análisis de las concepciones que subyacen desde lo simbólico en los productos comunicativos. Este hecho se ha evidenciado tanto en las ideologías como en las prácticas profesionales y en general en la cultura profesional de la emisora Radio Chaparra. Esta investigación ha concluido que:

A pesar de que el ICRT y la UPEC en Radio Chaparra han creado espacios para la superación no existe una estrategia para introducir la capacitación con perspectiva de género en ninguno de sus niveles.

El personal artístico, periodístico y de dirección de Radio Chaparra no está sensibilizado desde la perspectiva de género aunque reconocen que el tema mujer es una de las líneas prioritarias de la política informativa orientada desde el organismo central.

El desconocimiento de la teoría de género y la falta de sensibilización desde esta perspectiva en comunicadoras y comunicadores se evidencia en el discurso mediático de Radio Chaparra porque está marcado mayoritariamente por el sexismo.

El sexismo en el discurso mediático de Radio Chaparra se evidencia en la poca presencia de mujeres como protagonistas de las informaciones; en el uso de un lenguaje sexistas; en el predominio de las voces de los locutores masculinos y en la ausencia de mensajes de bien público dirigidos a abordar la agenda de género.

La programación musical en Radio Chaparra promueve canciones cuyas letras son como tendencia peyorativas y/o denigrantes hacia las mujeres.

Desarrollar e instrumentar una estrategia de Capacitación desde la perspectiva de género, que articule de manera integradora la teoría de género y la de comunicación, es una de las vías que puede contribuir al proceso de cambio que conduzca a la construcción de un discurso mediático no sexista en la emisora Radio Chaparra.

Esta estrategia concebida con una metodología participativa articulará en su concepción pedagógica la sensibilización en género con la capacitación, y priorizará entre sus temas: género subjetividad e identidad; Confluencias de la teoría de género y la teoría de comunicación; Elementos prácticos sobre las condiciones que producen y reproducen la desigualdad entre mujeres y hombres a partir de las experiencias del grupo; Papel de los medios de comunicación en la construcción de la realidad desde una perspectiva de género; Antecedentes de la Radio en Cuba; Demandas del eje temático de Mujer y Medios y su aplicación a las prácticas profesionales diarias; Los enfoque de lo femenino, lo masculino y la diversidad sexual en la planificación temática y su inclusión en el proceso productivo; Temáticas de la agenda de género y las formas de incorporarlas en la agenda mediática; El papel de lenguaje como agente socializador del género; Alternativas para lograr un lenguaje inclusivo en los productos comunicativos; Definición de violencia de género y su forma de manifestarse en la radio; Recursos a utilizar en la radio para la concepción de los productos comunicativos; Producción musical con perspectiva de género; Herramientas teórico metodológicas para hacer el periodismo de investigación desde una perspectiva de género.

RECOMENDACIONES

Proponer que la dirección de la emisora Radio Chaparra instrumente esta propuesta de Estrategia de Capacitación y evalué la eficacia de la misma.

Proponer al ICRT que socialice la experiencia en sus publicaciones “En Vivo” y en espacios de intercambio con profesionales del medio.

Proponer al centro de superación del ICRT el análisis de la posible implementación de esta estrategia adecuándola a los contextos y a las especificidades de las personas a las que vaya dirigida en su sistema nacional de capacitación.

A la UPEC y la FMC que propicien un espacio para divulgar la experiencia.

BIBLIOGRAFÍA

1. Álvarez, M (2005): *Estado, Políticas Públicas y Equidad de Género en Cuba. "Seminario Regional Modernización del Estado y Equidad de Género"* Montevideo, Uruguay.
2. Alonso, M, Saladrigas, H (2002): *Para Investigar en Comunicación Social. Guía Didáctica.* Editorial Félix Varela, La Habana, Cuba.
3. Basail, A (2005): *Antropología Social. Selección de lecturas*. Editorial Félix Varela, La Habana, Cuba.
4. Castro, F (2009): *Mujeres y Revolución. Editorial de la Mujer*. La Habana, Cuba
5. Colectivo de autores (2009): *Género (Teoría).Editorial de la Mujer.* La Habana, Cuba.
6. Colectivo de autores (2009): *Tus derechos. Editorial de la Mujer.* La Habana, Cuba.
7. Díaz, T (2006): *Una profesora que habla sola (Enigmas del civismo cubano).*Publicaciones Acuario, La Habana, Cuba.
8. Díaz, M (2004): *Psicología Social y Vida Cotidiana. Comunicación, Propaganda y Publicidad.* Editorial Félix Varela, La Habana, Cuba.
9. Fernández, G (2007): *Dramaturgia (Método para escribir o analizar un guión dramatizado).*Editorial Pablo de la Torriente Brau. La Habana, Cuba.
10. González, A (2010): *Género, Educación y Equidad. Hacia un mundo mejor.* Ediciones Aurelia, Valencia, España.
11. González, A (2010): *La Construcción de la Sexualidad y los Géneros en Tiempos de Cambio.* Ediciones Aurelia, Valencia, España.
12. González, J (2010): *Macho, Varón, Masculino. Estudios de Masculinidades en Cuba.* Editorial de la Mujer, La Habana, Cuba.
13. Hernández, R (2006): *Metodología de la Investigación.* Tomado de McGraw.Hill Interamericana de México, S.A. de C.V. Editorial Pablo de la Torriente, La Habana, Cuba.

14. KAPLUM, M (2000). *Producción de programas de radio*. Editorial Pablo de La Torriente. La Habana, Cuba.
15. López, O (2003): *Alejo Carpentier y La Radio.* Editorial Letras Cubanas, La Habana, Cuba.
16. López, J (2000): *Manual urgente para radialistas apasionados*. Editorial Pablo de la Torriente. La Habana, Cuba.
17. Martín, J (1998): *De los Medios a las Mediaciones. Comunicación, Cultura y Hegemonía.* Editorial Paraninfo, España.
18. Martín, M (2007): *Teoría de la Comunicación. La Comunicación, la vida y la sociedad.* Primera edición en español por Mc GRAW-HILL/INTERAMERICANA DE ESPAÑA, S.A.U, España.
19. Martínez, Y (2009): *Hablemos de Comunicación.* Ediciones Logo, La Habana, Cuba.
20. Matterlart, A; Matterlart, M (1995): *La invención de la comunicación, Parte I.* Editorial Pablo de la Torriente Brau y Félix Varela (2008). Tomado de Editorial Bosh, Barcelona, España.
21. Matterlart, A; Matterlart, M (1995): *La invención de la comunicación, Parte II.* Editorial Pablo de la Torriente Brau y *Félix Varela (2008).* Tomado de Editorial Bosh, Barcelona, España.
22. Matterlart, A; Matterlart, M (2000): *Pensar sobre los medios de comunicación. Comunicación y crítica.* Editorial Pablo de la Torriente Brau y Félix Varela (2007). Tomado de Editorial LOM Ediciones, Santiago de Chile.
23. Moya, I (2010): *El Sexo de los Ángeles. Una mirada de Género a los Medios de Comunicación.* Publicaciones acuario, centro Félix Varela, La Habana, Cuba.
24. Moya, I (2010): *Sin Contraseñas. Discurso mediático y trasgresión.* Editado por AMECO, Asociación Española de Mujeres Profesionales de los medios de Comunicación, España.
25. Portal, R (2003): *Comunicación y Sociedad. Selección de lecturas.* Editorial Félix Varela, La Habana, Cuba.

26. Proveyer, C; Fleitas, R; González, G; Múnster, B, Auxiliadora, M (2010): *50 años después: mujeres en Cuba y cambio social.* Editado con la contribución de Oxfam Internacional, La Habana, Cuba.
27. Saladriga, H (2005): *Introducción a la teoría y la investigación en comunicación.* Editorial Félix Varela, La Habana, Cuba.
28. Toledo, L (2008): *Más que lenguaje .Cien miniensayos con "Entrada y "Salida".* Editorial Pablo de la Torriente Brau y Félix Varela. La Habana, Cuba.
29. Valdés, M (2008): *Aurelia Castillo. Ética y feminismo.* Publicaciones Acuario, Editorial Centro Félix Varela. La Habana, Cuba.
30. Wolf, M (2005): *La Investigación de la Comunicación de Masas.* Editorial Félix Varela, La Habana, Cuba.
31. Wolf, M (1994): *Los efectos sociales de los media.* Editorial Pablo de la Torriente Brau, La Habana, Cuba (2007). Tomado de Ediciones Paidós, Barcelona.

Documentos y artículos consultados:

1. ----------AEG Anuario Estadístico de Granma 2008, Granma y sus Objetivos Del Milenio 2008, Edición 2009.
2. ----------Algo más que Pa labras. El Post- Beijing en Cuba: Acciones y Evaluación (2002). Editorial de la Mujer, La Habana, Cuba.
3. ----------Constitución de l república de Cuba (2010). Editora Política, La Habana, Cuba.
4. ----------Estrategia en Cuanto al Tema Calidad, 2008 – 2010.Radio Cubana.
5. ----------Expediente de la emisora Radio Chaparra. (Actualización 2009,2010).
6. ----------Manual de Comunicación Inclusiva. Buscando la equidad (Por la Agencia Española de Cooperación Internacional).
7. _____ Manual de Género para periodistas. Recomendaciones básicas para el ejercicio del periodismo con enfoque de género. Coautoría de Lyvia Porras y Silvina Molina. Editorial RSCLAC PNUD. Área Práctica de Género.
8. ----------Manual para el uso no sexista del lenguaje (2006). Por Paki Venegas Franco y Julia Pérez Cervera, impresa por PROTECA.
9. ----------Plan de Acción Nacional de Seguimiento a la Conferencia de Beijing. República de Cuba, Editorial de la Mujer (1999).
10. ----------Recopilación de herramientas de género y comunicación. Otras Miradas a la Información (2010). Servicio de Noticias de la Mujeres de Latinoamérica y el Caribe.
11. ---------- Vocabulario Referido a Género, Guatemala (1996)
12. Birules, F (S/F): *Introducción al volumen Filosofía y Género, identidades femeninas. (Dosier de la maestría en Estudios de Género, Holguín, 2009)*
13. De Barbieri, T (S/F): *Algo más que las mujeres adultas. Algunos puntos para discusión sobre la categoría Género desde la Sociología. (Dosier de la maestría en Estudios de Género, Holguín, 2009)*
14. Fraisse, G (2002): *El concepto filosófico de género. (Dosier de la maestría en Estudios de Género, Holguín, 2009)*
15. Rubin, G (S/F): *El tráfico de mujeres: Notas sobre la "economía política" del sexo. (Dosier de la maestría en Estudios de Género, Holguín, 2009)*

16. Gómez, L (S/F): *Subjetivación y feminismo: Análisis de un manifiesto político. (Dosier de la maestría en Estudios de Género, Holguín, 2009)*
17. Lagarde, M (1990): *Identidad femenina. (Dosier de la maestría en Estudios de Género, Holguín, 2009)*
18. Lagarde, M (S/F): *La multidimensionalidad de la categoría género y del feminismo. (Dosier de la maestría en Estudios de Género, Holguín, 2009)*
19. Lagarde, M (S/F): Perspectiva o enfoque de género, análisis de género y Teoría de género. *(Dosier de la maestría en Estudios de Género, Holguín, 2009)*
20. Lamas, M (2002): *Usos, dificultades y posibilidades de la categoría género. (Dosier de la maestría en Estudios de Género, Holguín, 2009)*
21. Lamas, M (1986): *La antropología feminista y la categoría "Género". (Dosier de la maestría en Estudios de Género, Holguín, 2009)*
22. Lamas, M (1995): *La perspectiva de género. En la Tarea, Revista de educación y Cultura de la Sección 47 del SNTE. (Dosier de la maestría en Estudios de Género, Holguín, 2009)*
23. Lamas, M (S/F): *Problemas sociales causados por el género. (Dosier de la maestría en Estudios de Género, Holguín, 2009)*
24. López, F (S/F): *Adquisición y desarrollo de la identidad sexual y de género. Universidad de Salamanca, España. (Dosier de la maestría en Estudios de Género, Holguín, 2009)*
25. Martínez, I (S/F): *Subjetividad y Género: Construcción de la realidad social. (Dosier de la maestría en Estudios de Género, Holguín, 2009)*
26. Montecino, S (1997): *Palabra Dicha. Escritos sobre género, identidades, mestizajes. (Dosier de la maestría en Estudios de Género, Holguín, 2009)*
27. Santana, H (2006): *Reflexiones: una propuesta comunicativa radial para prevenir conductas de riesgo de la drogadicción. Santiago de Cuba.*
28. Seudón, V (S/F): *Retos del Feminismo ante el siglo XXI. (Dosier de la maestría en Estudios de Género, Holguín, 2009)*
29. Van Dijk, T: *Algunas notas sobre la ideología y la teoría del discurso. Universidad Veracruzana, Xalapa, México No 5,1980.*
30. Van Dijk, T: *Análisis del discurso ideológico. Versión 6- UAM-X-México. 1996.*
31. Van Dijk, T: *Discurso y dominación. Versión 6- UAM-X-México. 1996.*

32. Van Dijk, T: *Ideología y análisis del discurso Versión 6- UAM-X-México. 1996.*
33. Van Dijk, T: *Opiniones e ideologías en la prensa. Versión 6- UAM-X-México. 1996.*
34. Vasallo, N (S/F): *Del feminismo al Género. Un intento de romper estereotipos desde una relectura de las clásicas. (Dosier de la maestría en Estudios de Género, Holguín, 2009)*
35. Vasallo, N (2004): *El Género: un análisis de la "naturalización" de las desigualdades. (Dosier de la maestría en Estudios de Género, Holguín, 2009)*
36. Vasallo, N (2002): *Identidades en tránsito. Cubanas de tres generaciones. Ed UnB .Brasilia, Brasil. (Dosier de la maestría en Estudios de Género, Holguín, 2009)*
37. Vasallo, N (1995): *"La evolución del tema "Mujer" en Cuba" en revista cubana de Psicología. Vol 12 No1-2.La Habana Cuba. (Dosier de la maestría en Estudios de Género, Holguín, 2009)*
38. Vasallo, N (2007): *Los Estudios de la Mujer, Mujeres y Género en Cuba. (Dosier de la maestría en Estudios de Género, Holguín, 2009)*
39. Vasallo, N (S/F): *¿Paralelismos necesarios o relaciones dialécticas? Los estudios de Género y las Políticas Públicas. (Dosier de la maestría en Estudios de Género, Holguín, 2009)*
40. Vasallo, N (S/F): *¿Qué esperamos las mujeres de la globalización? (Dosier de la maestría en Estudios de Género, Holguín, 2009)*

Tesis Consultadas

1. Mestre, V**:** *Estrategia de Capacitación para la preparación del especialista en Medicina General integral para la atención al Síndrome Demencial desde el nivel primario de Salud (APS).*
2. Hernández, H (2008): *Mujeres en crisis. Una aproximación a la realidad social de la mujer cubana a través de la narrativa. La Habana, Cuba.*
3. Ingran, M (2010): *Estrategia para fortalecer la preparación del docente para el tratamiento a la educación ambiental mediante la ejecución de proyectos*

comunitarios.

4. Moya, I (2011): *NEXOS ENTRE LA TEORÍA DE GÉNERO Y LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN. Abordaje de fundamentación teórico-metodológica al libro El Sexo de los Ángeles. Una mirada de género a los medios de comunicación.*
5. Reinoso, I (2009): *El Sexismo en el Libro de Texto de Lecciones de Filosofía Marxista-Leninista y en el uso del lenguaje oral de los docentes, en las clases de la asignatura de Filosofía y Sociedad, en 1er año de la carrera de Derecho de la SUM de Consolación del Sur.*
6. Rodney, Y (2010): *Estrategia Pedagógica dirigida a la preparación del profesorado para la prevención de la violencia escolar.*
7. Rodríguez, M (2006): *Estrategia Pedagógica para la educación con perspectiva de género en la escuela primaria.*

Sitios consultados en Internet

1. El lenguaje no sexista. Las palabras pueden discriminar-revista-CONSUMER EROSKI.htm. Consultado el 28 de noviembre de 2009.
2. Mujer y Medios de Comunicación: Selección de Artículos publicados en mujer/fempress. Consultado el día 17 de diciembre de 2009.
3. Soledad de Andrés Castellanos: "SEXISMO Y LENGUAJE EL ESTADO DE LA CUESTIÓN: REFLEJOS EN LA PRENSA" en http://www.nodo50.org/mujeresred/lenguaje.html, consultado el día 26 de diciembre de 2009.
4. "Sexismo" en http://www.ccydel.unam.mx/pensamientoycultura/biblioteca%20virtual/diccionario/sexismo.htm consultado el día 26 de diciembre de 2009.
5. **Marta A. Salas, "El Lenguaje" en www.psicologia.unt.edu.ar/programas04/el%20lenguaje**. Consultado el 26 de diciembre de 2009.
6. Tanius Karma, 2007, "Notas introductorias para el Estudio y l a investigación del Discurso" encontrado en el sitio digital(…)http://revistacomunicologia.org/index.php?Itemid=89&id=169&option=com_content&task=view Consultado (febrero 2011)
7. Martín, M (2007): *Semiótica y Comunicología-Historias y Propuestas de una Mirada Científica en Construcción. En Razón y Palabra, Primera Revista*

Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación, en wwwrazonypalabra.org.mx.

ANEXO

Entrevista a experta

Entrevista personal a la Doctora en Ciencias Marcela Lagarde de los Ríos en ocasión de su visita a Cuba para participar en el I Congreso Ibero cubano de género, educación, salud y desarrollo humano y IV Taller Iberoamericano de educación sexual y orientación para la vida en el año 2010. Antropóloga Mexicana y profesora de la UNAM, prestigiosa autora de artículos y libros en temas de género.

Autoras: Lic. Maité Silveira Fonseca y Lic. Liliana Gómez Ramos

Maité: Sabemos el papel que juegan los medios en la construcción de la realidad. Doctora, ¿Cómo pudiéramos nosotros incluir la perspectiva de género dentro de los medios de comunicación?

Marcela: Bueno, eso es un reto enorme, ¿cómo estamos haciendo en el mundo?, para no inventarnos cosas que ya están haciendo otra colegas. Una es lo que hacen ustedes, tener maestrías, diplomados, ojalá un día de estos, doctorados en género que no hace muchísima falta y luego formar profesionales, mujeres y hombres, en las carreras de comunicación. Yo pienso que ahí hay que ir así como rayo láser a las carreras de comunicación de periodismo, en todas estas para incluir en el currículo la perspectiva de género, pues como lo hemos hecho en otras partes al principio un seminario después buscar la salida de la perspectiva de género en toda la formación y hacerlo en todas las universidades posibles, ahí se podría hacer una red maravillosa ínteruniversitaria para incluir la perspectiva de género en las carreras de comunicación donde hayan, y organizarse para ello, nadie lo va a hacer por nosotras, eso ya lo sabemos.

Maite: ¿Y desde el punto de vista local en una emisora comunitaria, es importante la capacitación para poder lograr esto?

Marcela: Totalmente, yo les comentaba ayer que trabajo desde hace muchos años, como 11, con la red de radialistas comunitarios de mi país que es una organización que reúne a radialistas de distintos lugares. Su presidenta es una feminista y ella desde

el principio, desde hace 11 años incluyó la perspectiva de género en la formación que al principio era técnica, las mujeres no sabían tomar un micrófono, no sabían hacer un guión, no manejaban los aparatos modernos que hay para transmitir todo eso, entonces justo a la formación técnica se les dio una formación de guionismo, redacción, elaboración de programas, y en todos los contenidos había perspectiva de género, y luego ya en otro momento se les dio formación en perspectiva de género, pero primero se introdujo como contenido los materiales que iba haciendo, me parece que eso es muy bueno, no genera prejuicio porque va como parte de la materia de lo que se está haciendo y luego ya cuando una sabe que eso se llama perspectiva de género, y entonces han ido tomando formación, primero capacitación luego formación por áreas, por ejemplo género y salud, hay radialistas que se especializan mucho en temas de género, salud sexual y reproductiva o género y desarrollo local, género y desarrollo rural y hay programas con esto ya con esa especificidad. Esto ha sido como una combinación teórico-práctica que me parece que da muy buenos resultados. Y luego también ha sido interesante en esa red hay mujeres indígenas, de diversas comunidades indígenas que hacen programas bilingües, entonces también la perspectiva de género, los temas, las alternativas hechas en programas bilingües han favorecido muchísimo a que mujeres monolingües o que no hablan suficientemente el castellano, puedan en su lengua materna decidir formación en género y también con teléfono abierto, hay programas de todo tipo, muy participativos la radio comunitaria requiere de mucha participación, mucho profesionalimo el equipo técnico, que es además el equipo creativo, o sea no está separado lo técnico de la creación y mucha autoridad, reconocimiento del saber comunitario. Bueno también la radio comunitaria las podríamos observar como parte de la educación popular y me parece entonces que si añadimos ese enfoque, esa visión debe haber mucho respeto a los saberes tradicionales, incluso hay mucha investigación que hacen las radialista comunitarias sobre los aportes de las mujeres, sobre las actividades de las mujeres, sobre comunidades que han avanzado, mujeres y hombres en caminos de equidad, o sea se hacen reportajes de fondo, se trasmiten por las radios comunitarias no solo local si no de todo el país, porque como son redes, entonces bueno eso hacen. Y una

última cosa sería la participación de actores y actoras quienes tienen que impulsar políticas son llevadas o son entrevistadas a nivel del ayuntamiento de las organizaciones locales, se da mucho espacio a las organizaciones locales para que planteen sus dudas, sus problemas, se lleva especiales. O sea, yo lo veo como muy dinámico, muy activo y muy bueno, teoría y práctica a la vez, participación comunitaria, profesionalismo de quienes hacen toda la estructuras de la radio que es la que importa e ir dejando testimonios grabados que puedan repetirse en otros sitios y replicarse. Bueno yo les comento que he participado, la red de radialistas ha venido a todos los congresos y foros que hemos hecho, por ejemplo en el estado de Veracruz que queda en el Golfo de México, allí ha venido la red de radialistas a participar en el foro y luego a transformarlo en cápsulas radiales, para difundir una ley, los derechos, alternativas y ha sido formidable porque nos ha dado una visión popular del derecho y eso es formidable también. Y una última cosa, también hay que actuar a nivel de la legislación, nosotras como rebeldes investigadores por la vida y la libertad de las mujeres que impulsamos la ley general de acceso a las mujeres a una vida libre de violencia, seguimos sosteniendo esa ley y tratando de que se aplique. Hicimos también una iniciativa de reforma a la ley general de medios de mi país, se la puedo enviar, es una iniciativa que se llama “Transversalización de la Perspectiva de Género en la ley de Medios”. Ahí incluimos una exposición de motivos con todos los documentos internacionales que hablan del derecho a la información de la perspectiva de género, los aterrizamos para transversalizar la perspectiva de género en la ley de medios en México, que no fue discutida en la legislatura pasada pero nosotras insistimos y ahí está nuestro aporte, algún día tendremos condiciones para que eso se aplique, pero por lo pronto es educativo porque la damos a conocer. Por ejemplo, por qué aborrecer que los medios se autorregulen y no promuevan la violencia contra las mueres, hay un artículo que proponemos de la ley que dice eso. Hacemos divulgación de eso y todo el mundo tiene que discutir por qué los medios tendrían que no reproducir la violencia contra las mujeres, las niñas, por qué no reproducir cualquier actitud sextaria, homófona, lesmófoba, de cualquier tipo. Y así vamos difundiendo eso que no pasó pero que algún día va a pasar, pero sí incidir en la ley, porque las leyes

obligan a políticas más allá de la voluntad de las personas y en vez de estar convenciendo a unas y a otras pues sí tenemos una ley, lo que tenemos que hacer es ver que se aplique y conseguir aliados y aliadas que estén a favor, por un lado que es un tema muy complicado, de la libertad de expresión porque nosotras la defendemos, pero al mismo tiempo de la regulación para no repetir discriminaciones, conductas injusta, inequitativas. Esa aversión entre libertad de expresión y no reproducción de formas de discriminación es la clave y hay que trabajar mucho y luego también la defensa del estado laico, entonces por ejemplo nosotras hemos participado mucho en foros de debates que ha habido en México sobre el estado laico porque la derecha quiere eliminar el estado laico. Entonces aunque aparentemente no tiene que ver con la comunicación tiene todo que ver porque si no hay estado laico, bueno pues entonces tendremos una comunicación confesional y no queremos eso, queremos que el estado pueda respetar y hacer respetar la libertad de creencias religiosas, pero no imponer al estado una adicción religiosa. Bueno, ¿qué más les cuento?, más bien les cuento mi experiencia y lo que vamos haciendo.

Liliana: Profe, nosotras venimos de una provincia que está al oriente del país, una de las regiones más machistas que hay en Cuba. ¿Qué usted le diría a las personas comunes, que no saben mucho de género, y que dicen que el género no es importante, la importancia de un enfoque de género para las personas?

Marcela: Así como lo he estado haciendo con ustedes las personas son inteligentes y las personas pueden comprender lo que decimos, ahora hay que ejemplificar con situaciones locales. Así como yo ahora les puse un ejemplo de una situación local en relación con los medios ustedes tienen que tomar ejemplos locales de problemáticas locales que se presenten para sin hostilidad, sin beligerancia, es más, con un discurso bien asentado, sereno, firme y profundo plantear cosas. Se puede hacer de muchas maneras indirectas, por ejemplo, favoreciendo concursos entre radioescuchas de cuentos que recalque algún aporte que hayan hecho las mujeres que ahora tienen entre 80 y 90 años a la comunidad. ¿Quién te va a decir que eso es género?, y es género, o ¿qué aporte ha hecho la escuela fulana en el tratamiento de la equidad en el aula? Si no hay no importa se toma un ejemplo de

Etiopía y se trae, en cuanto al desarrollo rural. Hay muchas cosas que se pueden hacer, que ustedes pueden explicar localmente de qué se trata todo esto y luego, por ejemplo, tanto hablamos de la música, las canciones, pues se pueden hacer análisis de esas canciones y así vean ustedes muy amablemente todo esto, qué contenido es, que puedan invitar a una psicóloga, a una literata o a un compositor de canciones para que hablen sobre el tema, digo, y que estén de nuestro lado, ¿no?. Pueden organizar tertulias, pueden cantar ahí, explicar canciones vigentes en Cuba que además son del mundo ya, en las que hay un trato amoroso y solidario a las mueres por parte de los hombres. La onda es explicar, porque para la gente es natural que Silvio Rodríguez cante algo y canten eso junto con a las de José Alfredo Jiménez, entonces ahí tienen que demostrarle por qué esa canción de Silvio, es una canción a favor de relaciones, de respeto, de solidaridad, por qué en eso podemos encontrar nosotras beneficios para nuestra vida, de la trova cubana, mexicana, educateca que también es increíble, es el único lugar donde se producen canciones de mucho respeto a las mujeres, son dulcísimas, encantadoras. Bueno, pero de oírlas a analizarlas y oírlas eso ayuda a desmontar los juicios citales. Se pueden hacer muchas cosas.

Maité: Nosotras tenemos un programa de música mexicana que es uno de los más escuchados, es el que abre la planta. ¿Qué sugerencias usted nos puede dar para hacer las producciones musicales?

Marcela: Si escoges ahí la música mexicana que cantan las cantautoras, los cantautores contemporáneos muy influidos por la trova cubana que son otro royo porque son personas que aspiran a otras relaciones. Ahí tienes una formación sentimental de lujo, están las canciones de María Grídes, de Consuelito Velázquez , por ejemplo esa: “Bésame Mucho” que ayer me la tocó un pianista cuando se enteró que era mexicana, una canción preciosa que es erótica, sensual, maravillosa y no es nada discriminatoria. Entonces ir escogiendo estas y muchas de las del mundo contemporáneo, hay canciones africana, maravillas. Bueno hablé de canciones, podemos leer poesías, describir un cuadro.

Liliana: Usted hablaba que en la actualidad es una tendencia también en Cuba de que muchas mujeres profesionales no encuentren parejas con sus intereses. ¿Por qué está pasando esto?

Marcela: Porque han cambiado mucho las necesidades personales de las mujeres, han cambiado mucho porque las mujeres hemos dado un salto muy importante en el mundo, no de todo el mundo pero una parte de mundo, por ejemplo con la participación muy importante de las mujeres en actividades modernas en trabajos, empleos, en educación, el nivel educativo de las mujeres ha aumentado muchísimo y todo eso nos echo ser cada día más críticas, más concientes, anhelamos relaciones equitativas y muchas veces nos encontramos esas respuestas por parte de colegas, hombres, novios, esposos, amantes que no van por ahí y esperan una relación tradicional y les cuesta aprender a tratar a mujeres emancipadas, a mujeres que tenemos muchas necesidades, muchísimas y a veces los hombres que tenemos al frente no son capaces de satisfacerlas y nosotras tampoco ya estamos en condiciones de el viejo modelo de atenderles, servirles, de considerarlos la máxima estrella en el horizonte, sino los vemos como iguales y eso no quiere decir que no seamos capaces de amarles y de respetarles y quererles mucho, pero también esperamos que ellos se comporten en consonancia. Bueno hay unas mujeres que no encuentran hombres adecuados para ellas, hay otras que ya pasaron por varias relaciones, entonces ya están como cansadas, exhaustas ya no quieren más eso, quieren ocupar su tiempo su dinero o su esfuerzo en su trabajo en sí mismas y me parece que hay una gama grande de diversas opciones para las mujeres, es que estamos viviendo mujeres de generaciones diferentes. Yo he encontrado en mi país que mujeres cercanas a los 30 que no han emparejado, les cuesta mucho trabajo emparejar porque son más mayores, porque tienen una madurez muy grande, porque tienen un gran recorrido en la vida y encuentran hombres no tan maduros que no las acompañan en sus necesidades de libertad, de respeto y otras porque han tenido relaciones difíciles marcadas por la violencia con hombres y ya no quieren más de eso, están como decimos allá, escamadas o sea te quedas con una prevención que dices a lo mejor sale igual, mejor ya no quiero. Me parece porque también muchas mujeres tienen otros satisfactores amorosos,

tienen muchas amistades muy profunda de acompañamiento en diversas cosas, no están solas, tienen mucho afecto y mucho amor, tal vez puedan tener parejas efímeras para lo que sea entonces también las libertades han hecho que bueno pues se busquen relaciones más puntuales para ciertas cosas.

Liliana: Una última pregunta. ¿Qué sería del mundo en un futuro con un enfoque de género?

Marcela: Ya va siendo realidad, ya va siendo, imagínate esto ampliado, mujeres y hombres ganando el mismo salario por el mismo trabajo, eso eliminaría rencores, lastimaduras, injusticias enormes, nada más con eso, salario igual a salario igual. Te puedo repetir la agenda feminista desde hace dos siglos, mujeres y hombres compartiendo responsabilidades públicas, colectivas, llevando a lo público las necesidades vitales de todas las gente. Implicaría un cambio ético muy profundo en el mundo y no solo en lo que compete a la relación de las mujeres y los hombres, la perspectiva de género modifica todas las relaciones, se requiere un piso de compromiso social, una economía social, hoy le llamamos economía feminista, en varios foros en el mundo así se llama la economía solidaria no la economía neoliberal de que vivíamos un tejido social de colaboración y bueno democracia

ANEXO I

Guía para la observación participante

Objetivo: Diagnosticar los elementos que se tienen en cuenta o no para la concepción de los productos comunicativos a través del seguimiento a las prácticas profesionales.

Guía de observación a las actividades de las rutinas productivas:

Tipo de actividad: (conformación del plan temático, pruebas de mesa, grabación, edición, salida en vivo, colectivos de programa)

Fecha_____

Objetivo de la actividad:

Hora de Comienzo: _____ Hora de terminación: _____
Asistencia _____ %_____
Presentes_____
Ausentes_____ Causas_____
Tardanzas_____Causas_____

I- Aspectos que se tratan:
-Temáticas importantes (Referir si se encuentra la temática género)
-Auto preparación (consideran la introducción de la perspectiva de género)
-Superación (se interesan por conocer sobre la temática de género y como incorporarlo)
-Dar salida a normativas del ICRT (La política musical en cuanto a balance de voces Mujeres/Hombres),
- Valoración del tratamiento a la temática priorizada por el ICRT de la mujer desde lo cuantitativo.

- Valoración del tratamiento a la temática priorizada por el ICRT de la mujer desde lo cualitativo.
-Armonizar el trabajo del colectivo del programa para lograr mejores prácticas.

II- Protagonistas de la actividad:

-mujeres
-hombres
-periodistas
-artistas

III- De existir Interés por incorporar la temática de género. Describir brevemente.

ANEXO II

GRUPOS DE DISCUSIÓN

Departamento informativo

Fecha: 18 de agosto

Hora: 1:00 p.m.

Lugar: Salón de periodismo

Maité: Los temas que traemos al grupo de discusión son para conocer sus criterios sobre ellos, los cuales iremos tratando en la tarde de hoy. Primeramente quisiéramos abordar qué entienden ustedes por género.

Silverio: Los géneros en el periodismo, dígase entrevista, comentario, crónica.

Maité: ¿La han escuchado en otro ámbito o solamente en el periodismo?

Silverio: Sí, el género literario, el que tiene que ver con las letras.

Maité: ¿Nunca han relacionado la palabra género para hablar de personas?

Elder: Género masculino, femenino.

Maité: Vamos a hablar de género que tiene que ver con las personas.

Liena: Yo pienso que de forma general es algo que identifica. En el caso por ejemplo cuando vamos a referirnos al género femenino o masculino, ¿qué género es cada persona? En el caso de la literatura se identifica el género que se está tratando en ese momento, y en el caso del periodismo los diferentes géneros que se definen en el periodismo.

Lily: Para mí en sí son las cualidades, las características que se le atribuyen a las personas, normas ya sean psicológicas en las leyes. En todo lo que comprende la sociedad, que lo definen, hombre o mujer.

Maité: se define como características no biológicas que se les asignan a las personas por razón de su sexo.

Yanetsy: cuando se habla de género siempre va acompañado de diversidad y diferencia. El género es una cosa que está ligado con muchas cosas pero de cierta forma tienen diferencias. En género femenino a masculino puede ser que estén hablando una mujer.

Miladis: Queda claro que las características no biológicas y yo pensaba hasta ahora que el género radicaba precisamente en las diferencias anatómicas, por así decirlo. Las

características físicas, es decir lo que diferenciaba el género masculino y femenino, sin ir tanto al comportamiento a lo social y demás, sino propio de su físico lo que anatómicamente lo caracteriza, sin ir a las características que tiene el género femenino y masculino que como decía Yanexy son diferente.

Elder: Yo no conozco de género.

Maité: Son características no biológicas, se nace hombre o mujer pero la feminidad y la masculinidad es algo que se adquiere es una construcción sociocultural. Existe una palabra que se llama sexismo que quizás ustedes la hayan escuchado en el nombre de la investigación. ¿Qué entienden ustedes por sexismo?

Elder: Debe ser cualquier forma en que se trate a través de la radio, de la prensa o a través de cualquier medio la forma en que se trate, desde el punto de vista sexual a estos sexos. Ya sea desde una visión feminista o una visión masculina o machista del tema. Me parece que no solo es de la prevalencia de lo masculino sobre lo femenino, sino que es de los dos. Se habla del tratamiento masculino de los medios, pero me parece que es de los dos.

Maité: No es más que jerarquizar un sexo sobre otro, pero resulta que nosotros nacimos en una cultura patriarcal, por lo que se va jerarquizando lo masculino sobre lo femenino.

Elder: El sexismo como tal es el tratamiento ese que se le de por cualquiera de las dos vías. Ahora, que desde el punto de vista cultural caribeño, cubano ya tengamos una formación patriarcal, es otra cosa, es un punto de vista sobre tema sexista.

Maité: Yo les decía que lo que vamos a analizar es la presencia de ese sexismo en el discurso mediático. ¿Qué entiendes ustedes entonces por sexismo en el discurso mediático?

Liena: Cuando todo lo que está tratando el tema se inclina más a un sexo que a otro.

Yanetsy: Por ejemplo en los géneros periodísticos cuando tratamos de jerarquizar, cuando decimos amigos amigas, generalmente lo que se utiliza es amigos que están en la sintonía y de cierta forma aunque parezca que no sí se jerarquiza. La parte masculina porque se refiere a un género.

Elder: Generalmente para referirse a la raza se dice el hombre pero en el planeta hay hombres y hay mujeres. Decimos por ejemplo los niños para referirnos a los dos sexos, los niños del seminternado por ejemplo pero también hay niñas. Lo que pasa

que por un uso genérico de la lengua, del idioma históricamente se ha trabajado así y se ha visto como un uso correcto desde el punto de vista de redacción. Ahora que se le quiera dar un giro diferente teniendo en cuenta el tratamiento sexista que se le haga entonces a los medios de difusión.

Maité: ¿Cómo define la política editorial de la emisora con respecto a estos temas?

Liena: No se tiene en cuenta

Yoannys: Estamos acostumbrados a que en todas las emisoras se define el objetivo y al final no se toma en cuenta.

Lily: En la emisora no se tiene en cuenta, se habla de forma general. Se pudiera hacer porque es un medio ideal para poder identificar cuando se habla de un sexo o se habla de otro.

Liena: se habla de forma general, por lo menos aquí no se trata. Ni en la redacción de los géneros periodísticos ni en la locución tampoco y ejemplos hay miles, amigos en la sintonía, amigos que nos escuchan, cosas como estas que demuestran que no se tiene en cuenta.

Maité: ¿Cómo se instrumenta en el proceso productivo, es decir en los talleres, en las reuniones con los periodistas, colectivos de programas? ¿Se ubican los temas de géneros para abordarlo en los programas?

Miladis: Hay quienes lo hacen porque se ha superado de manera individual pero no porque lo tengamos como línea, ni dentro de una estrategia. Hasta en la música se ve la presencia del lenguaje sexista.

Silverio: La radio es muy genérica, no decimos ni amigas ni amigos, no, amigos que nos escuchan u oyentes que nos escuchan.

Maité: A la hora de la conformación del plan temático que se elabora por parte del departamento informativo, ¿Se dirige el tratamiento a la temática de la mujer dirigido? ¿Se toma esto en cuenta?

Yanetsy: Realmente no se toma en cuenta, como único que sea algo que venga dirigido del plan temático provincial o en alguna reunión que se trate pero así no. Algunos periodistas lo hacen de esa manera pero es porque tienen conocimientos, por ejemplo Lily porque ha participado en talleres y eventos y tiene el conocimiento.

Lily: Yo pienso que las personas que hemos recibido alguna preparación o hemos participado en algunos eventos, tratamos de no utilizar un lenguaje sexista en

nuestras informaciones, trabajos periodísticos pero siempre esto es algo que está tan arraigado por la cultura que a veces se nos van detalles que utilizamos el sexismo en nuestros trabajos.

Yoannys: Yo pienso que esto es un tema muy poco conocido y es bueno que la gente sepa la importancia de tratar estos temas. Se necesita preparar más a los trabajadores, a los realizadores porque es un tema muy poco conocido como decía Elder y no se le da la importancia que se le tiene que dar y por eso que no se ha trazado ni siquiera en la política del ICRT como tal.

Miladis: Es lago que no es algo que puede instrumentarse bruscamente que en ves de ser aceptado y asimilado por la población causaría rechazo. Por ejemplo en una misma información vamos a decir que estuvieron presentes directivos y directivas de educación, con relación a las pioneras y los pioneros y los hacemos tan reiterativo que la población no está preparada para este lenguaje y llega el momento que lo rechaza. Debía instrumentarse de manera gradual tanto como el que va a trasmitir el mensaje como el que lo va a trasmitir porque sabemos que todos esos cambios bruscos como están tan arraigados en la cultura puede causar un efecto negativo o un efecto positivo como mismo nos ha pasado con otras cosas, con el tema ideológico y otros temas que si queremos que le llegue a la gente, en lugar de tener aceptación tienen rechazo.

Maité: ¿Entonces ustedes consideran necesaria la preparación para poder abordar estos temas?

Miladis: Preparación e ir implantándolo de manera gradual, es decir un género que vaya a un grupo poblacional dirigido, de forma que el oyente se vaya adaptando a ese lenguaje.

Maité: ¿Ustedes creen que las temáticas priorizada abordan los enfoques masculino, femenino y diversidad sexual?

Miladis: Realmente el tema de género hay que tratarlo más individual, más directo. Todos los trabajos al no ser el caso de SIDA por el tema que tiene, pero se trata de manera general, por ejemplo la crisis resaltar sobre todo la mujer cómo puede ser más afectada por el role que ha estado asumiendo y que asume, los efectos se ven más presentes en la mujer. Yo que atiendo la crisis no me había dado la idea de

dirigir un trabajo así en ese sentido. Así mismo con el bloqueo, el cambio climático que podemos darle tratamiento desde un punto de vista que afecte a la población.

Maité: ¿Cuáles son los enfoques que a tu juicio los que más se privilegian?

Miladis: Se priorizan los enfoquen que afectan o que priorizan de manera general.

Maité: ¿Dentro de las temáticas priorizadas cuáles son los enfoques que se están generalizando? ¿Cuáles son los enfoques que se están privilegiando?

Miladis: La generalidad, lo que ocurre de manera general, lo que afecta, beneficia o involucra a todo Por ejemplo, la temática de la mujer ha podido diferenciarse del resto porque si no se queda sin tratarse, porque si no se hacer directamente “mujer” como una temática priorizada se quedara sin tratar, se hablara de los productores pero no que fuera precisamente la labor de la mujer, y se diferencia en ese sentido y en todos los aspectos tenemos que llevarlo presente para entonces poder abordarlo de una manera diferenciada.

Maité: ¿Cuáles son los géneros periodísticos que ustedes consideran privilegian los enfoques femeninos, masculinos o la diversidad sexual?

Lily: El testimonio, porque en este se trasmite, se comunica de esa persona ya sea hombre, ya sea mujer, ya sea desde el punto de vista de la diversidad sexual, las preferencias sexuales que eso bueno ahorita Liena lo decía que en la temática del SIDA pues esto en nuestra emisora es donde más se puede ver.

Yoanny: Yo pienso que según como se trabaje porque también se puede hacer un reportaje, un comentario. De manera general en todos los géneros periodísticos se le puede dar el enfoque de género.

Lily: Se puede pero no se hace.

Elder: La pregunta es ¿qué se hace?, no es ¿qué se puede hacer? Cualquier género periodístico sirve, es válido para tratar cualquier tema unos con más fuerzas que otros pero todos son válidos. El problema es si se hace o no.

Miladis: Donde más yo creo que se hace es en la entrevista y el testimonio porque se le hace directamente a la mujer en este caso, o al hombre, se le hace directamente a la persona, pero en los otros géneros donde vamos comúnmente a generalizar, no se trata por igual el sexismo, se trata en esos porque es donde se le hace una entrevista directamente a una mujer, en un testimonio ella habla de su vida como

mujer. Pero ya cuando vamos a hacer una información es cuando vamos a hablar de la raza humana y no utilizamos un lenguaje de mujeres y hombres, sino decimos chaparreros, no usamos más ese lenguaje. en la información lo usamos menos, en los comentarios cuando trata un tema de ese tipo, pero cuando es un comentario general.

Lily: Además tenemos muchos tabúes con respecto a la utilización en la radio de hablar de las lesbianas, hablar de los homosexuales.

Maite ¿Con que frecuencia se privilegian estos enfoques, en el medio nuestro?

Lily: Casi no se hace. Se ha hecho, pero…

Liena: no se hace.

Elder: Yo discrepo porque el tema en esta emisora desde que yo estoy aquí se ha tratado en innumerables oportunidades con entrevistas, con testimonios, con crónicas.

Maité: ¿Es sistemático o es algo esporádico?

Elder: A qué usted le llama sistematicidad.

Lily: No es sistemático, lo hacia Liliana.

Maite: Por ejemplo la diversidad sexual, ¿lo tienen en la agenda los periodistas, las periodistas a la hora de realizar su plan de trabajo o que fechas son las propias para eso?

Liena: Yo diría incluso que ese es un tema aquí en la emisora que es conocido como crudo, cuando tú mencionas algo relacionado con esto las lesbianas, los homosexuales dicen: "*no tan crudo no lo tires así"* y ahí mismo cortan el giro que tu le vas a dar a la información. Aquí no, se trata pero no así como dices tú.

Lily: No es sistemático.

Yoanis: En las fechas así como dices tú, en el día contra la homofobia, de la mujer.

Miladis: Pero es que yo pienso que es un tema también que si se aborda con tanta sistematicidad es que se es más discriminatorio que si se generaliza porque si yo voy a entrevistar a una mujer yo no tengo que preguntarle, ni interesarme si es lesbiana, si es heterosexual, no me interesa, es una mujer y yo le ha hago la entrevista desde el enfoque de mujer, de su labor, de su función de trabajo. Ese es un aspecto que yo creo que no va dentro el trabajo. Ah, se enfoca como grupo en el caso de los homosexuales como grupo vulnerable para las enfermedades de

transmisión por las características que tiene ese tema, pero creo que hay temas para los que no se ajusta este tipo de caracterización. Se es más discriminatorio ¿porque tengo que resaltar esa cualidad si no es de las cualidades que hay que resaltar? Yo la presentara como productora, y si es buena productora, mira es esa mujer que se destaca en la producción de alimentos pero no hay por que destacar esa características, si cuando se es mujer no hay que decir es mujer no es lesbiana, entonces por qué tenemos q ue decir, es lesbiana, no es heterosexual. No se si se entiende.

Liena: Pero me parece que Maité no se quiso referir a eso.

Elder: Como temática si se trata más va a provocar más rechazo que aceptación, no es que sea nada más en la jornada si no cuando se necesite.

Miladis: Por ejemplo en el programa de orientación que va dirigido a los jóvenes, ahí si se puede, en los trabajos periodísticos que van dirigidos a orientar entones ahí si se puede tratar. Aquí se ha hecho en el programa En Confianza el programa de orientación de la mujer y la familia, como la familia puede aceptar. Es verdad que se trata en determinados espacios, pero como mismo se tratan otros problemas que afectan. Pero no ver esa preferencia como una característica de las personas que vamos a entrevistar.

Lily: De lo que se trata es darle tratamiento de cómo se pueden aceptar, como los grupos de edades se pueden tratar.

Liena: Hay un promedio de tres meses que no se tratan, se tratan solo en fechas significativa.

Yanetsy: Nosotros estamos en una radio comunitaria y todo el mundo se conoce no tienes por que decir ni esto y ni lo otro, lo estas tratando.

Elder: Cuando tu busca una persona y entrevista a cualquier homosexual lo estás incluyendo en la sociedad, no hay que decir estoy tratando el tema.

Miladis: Esa persona de Cultura que tiene s preferencia tiene su espacio en la emisora como lo tiene la otra persona que tiene otra inclinación.

Maité: ¿Cuando hacemos un género periodístico a quienes se les da el protagonismo?

Liena: Generalmente el hombre, es el género más tratado. Aquí en los géneros.

Elder: Eso había que demostrarlo gráficamente, estadísticamente.

Lily: Qué es lo que está ocurriendo en nuestra emisora, en nuestra emisora y pienso que otros medios de difusión que pasa en los otros medios que se entrevistan dirigentes y el directivo generalmente es hombre la mayoría de los dirigentes son hombres.

Maité: ¿Cómo se expresa el sexismo en el discurso mediático en la emisora?

Elder: Hemos hablado y muchos han visto el lenguaje sexista como positivo y es totalmente negativo, no debe existir un lenguaje sexista. …Hay vamos a tener problemas porque me parece que estoy algo reacio al cambio. Yo no considero que haya un lenguaje sexista sexismo cuando yo trato desde el punto gramatical a la hora de referirme a los niños como genérico porque eso existe desde que surgió el idioma, el español el ingles cualquiera, yo no creo que haya discurso sexista en esa parte Discurso sexista hay cuando usted maltrata otro género en la canción como todos los reguetones por ejemplo donde ven a la mujer como un producto sexual, un adorno, como cualquier cosa que estamos acostumbrado a oír en ese tipo de música, pero el lenguaje estamos llevándolo a tal extremo de tratar de eliminarlo que la hablar en nuestros discursos en la prensa en la radio vamos a llegar a ser rechazados como decía Miladis por la población, cuando decimos los niño y las niñas, los hombres y mujeres que participaron. Alguien dijo que no debemos decir oyentes y yo me reía y oyentes es genérico, entonces como decimos oyentes, entonces vamos a llegar al final que no nos vamos a poder entender.

Maité: ¿Creen ustedes que el sexismo en el discurso se queda solo en la parte gramatical o va más allá?

Elder: Yo se que va más allá yo lo que creo que se pude seguir usando el genérico no porque sea una cosa machista porque históricamente desde que surgió el lenguaje, a mi me parece un parche

Yoanis: Pero no es solamente el lenguaje, las y los en el discurso es varias cosas es más abarcador lo que pasa es que nosotros conocemos poco

Lily: Pienso que nuestra emisora si hay sexismo, empezando por la música para calzar los géneros periodística se utiliza música sexista. En los géneros periodísticos es verdad que si se reitera las y los causas rechazo, si no que si yo voy a hablar de los niños y las niñas se pueden sustituir para no caer en reiteración, que lejos de escucharnos nos van a apagar el radio.

Miladis: Pero a veces esas palabras alejan mucho más, cuando usas la niñez, porque no es lo mismo que decir los niños del seminternado por ponerte un ejemplo.

Liena: Lejos de diferenciar entre un sexo y otro, al tú expresar en un género periodístico las niñas y los niños estás resaltando los dos sexos.

Elder: Eso es una igualdad formal. Es lo que yo digo.

Maité: ¿Dentro del discurso mediático dónde se percibe este sexismo y por qué?

Lily: En las entrevista cuando se dice a una mujer ¿cómo usted se las arregla para resolver los problemas de su hogar?

Maité: ¿Ustedes creen que sea posible transverzalizar la perspectiva de género? no es más que incorporar en todos los componentes del discurso la perspectiva de género.

Elder: Claro que sí.

Liena: Se puede incorporar diciendo que yo cumplo con la jornada con mi jornada laboral y en mis quehaceres domésticos porque tengo un esposo que me ayuda y es masculino y yo soy femenina.

Elder: Ya ella fue sexista porque el esposo no la ayuda, el esposo comparte las tareas del hogar.

Yoanis: Es como decir madre es una sola padre es cualquiera, no si hay padres que son maravillosos.

Miladis: Ha nosotros se nos hace difícil hacerle una entrevista a la mujer y no ver que detrás de ese resultado productivo, ese esfuerzo, de ese resultado como se garantizan las tareas del hogar. Cuando entrevistamos a un hombre y resaltamos sus cualidades como trabajador nadie le pregunta ¿y cómo tú garantizas la comida en la casa todos los días? , sin embargo a la mujer le preguntamos cómo puedes llevar eso junto a las tareas del hogar. Hay que ir eliminando de ese tipo de trabajos e ir resaltando eso que sabemos que está arraigando en nuestra cultura el esfuerzo que hace la mujer en el hogar , debemos irlo eliminando ese tipo de lenguaje en estos trabajos y quizás ese tipo de lenguaje utilizarlo en otros tipos de trabajo que queramos resaltarla en su trabajo.

Lily: Yo lo enfocaría cómo se comparten las tareas del hogar entre todos los miembros de la familia.

Silverio: No demos verlo por sexo, ni nada si no el protagonismo que tiene ella decir el esposo y la esposa que los une…. Cualquiera de los dos sexo y no estamos marginando.

Yanetsy: Yo lo haría presentando el matrimonio formado por fulana y fulano, es que es algo difícil.

Miladis: Hay trabajos que se sacan a ambos en igualdad, he visto en la televisión que entrevistan el hombre productor de alimento de la tierra y la mujer en la cría de conejos y me pregunto hasta que punto es real.

Silverio: La gramática en el periodismo no es la gramática del español porque hay formas verbales compuestas que hay que eliminarla porque es incorrecto aplicarla dentro del periodismo por eso es que no podemos ver la gramática fija así de niñas y niños no, el periodismo es genérico como decir en el curso escolar las niñas y los niños, no decir los pioneros.

Maité: ¿Cuál pudiera ser la guía para poder desmontar el sexismo y lograr un discurso incluyente y no sexista aquí en la programación de Radio Chaparra?

Yoanis: Capacitar. Pienso que el ICRT en Cuba debe capacitarse y entonces poderlo incluir en los objetivos de la emisora en las direcciones d programas, capacitar a los realizadores de la radio. Pienso que también los músicos.

Elder: Mas que capacitación. Porque aquí está demostrado que todos tenemos cierto conocimiento del tema, más que capacitación es el esfuerzo continuo y sistemático de cada comunicador. Cuando seamos capaces de ver eso desde una óptica incluyente vamos a poder trabajar, lo hacemos por la fuerza de la costumbre, y usamos palabras que utilizamos mecánicamente y si son palabras o frase que excluyen a las mujerea y excluyen a los hombres y la exigencia de nosotros, porque te puedes pasar cuarenta años capacitando y hablando del discurso sexista y en la práctica no nos vigilamos nosotros mismo no vamos a poder quitarnos eso nunca de arriba.

Lily: Yo pienso que lo primero es la sensibilidad con el tema, sensibilizarnos en la necesidad y en la importancia que tiene eliminar el lenguaje sexista de nuestro vocabulario. Necesitamos tener conocimientos para saber por qué es necesario que se elimine el

sexismo. Yo pienso que debe ir aparejado sensibilidad, conocimiento y el cómo realizarlo.

Miladis: Pienso que la capacitación es importante, este mismo encuentro nos ha servido de capacitación y a veces nos permite ver desde otro punto de vista lo que ya nosotros creemos que conocemos, pero que sin embargo hay enfoques desde no lo hemos mirado y realmente estamos discriminando sin querer, la capacitación es necesaria para conocer de lo que se está hablando y lo otro es conocer cómo llevarlo a la práctica y todo eso se de logra a través de la capacitación, planificación.

Yanetsy: Es un tema muy polémico en el que muchas personas tienen opiniones diferentes, debemos capacitarnos y conocer las opiniones de los principales investigadores que tratan el tema para poder sacar la esencia y sembrar la primera nosotros como periodistas y comunicadores y luego trasmitirla de la mejor manera posible sin caer en especificidades.

Departamento Programación

Fecha: 21 de agosto

Hora: 1:00 p.m.

Lugar: Salón del PCC

Maité: En el día de hoy haremos un intercambio en el que ustedes tienen la posibilidad de aportar a la investigación. Primeramente vamos a ver ¿Qué entendemos por género?

Ricardo: Es una palabra muy amplia y que puede recoger desde género literario y puede ser género musical en el balance y el género en cuanto a los genitales de las personas que pueden ser masculino o femenino. El género entra también dentro del lenguaje, el vocabulario que utilizamos y las canciones que radiamos por la emisora manejan el termino este de masculino y femenino.

Armando: Es muy amplia, identificar cosas y actividades.

Luís: La palabra género nos permite clasificar, agrupar, diferenciar algo de sus semejantes. Nosotros en la radio utilizamos mucho esa palabra al diferenciar los tipos de trabajos periodísticos que hacemos, los géneros comentarios, testimonios, crónicas eso precisamente cada unos con sus especificidades nos permite decir el balance de género se cumple o no se cumple al evaluar la eficacia informativa.

Alberto: El Género es lo masculino o femenino, qué es masculino y qué es femenino y después que tengamos el conocimiento de que es masculino o femenino y a partir de ahí podemos evaluar si existe una equidad de género o una igualdad dentro del colectivo, dentro de los trabajos periodísticos y en la programación.

Niurvis: Estoy de acuerdo género para mí es masculino o femenino independientemente de cómo tú pienses, de tu orientación sexual, de cómo te vistas, de cómo tú hables o de como tú utilices distintos atributos o cosas.

Maité: No es más como ustedes lo han dicho de manera individual con variados aportes, son todas características no biológicas que se le asignan a las personas por razón de sus sexos. Es una construcción socio cultural de lo que es femenino y de lo que es femenino. Nacemos hombre, mujer pero esa masculinidad o femineidad la construimos.

Maité: ¿Qué entendemos por Sexismo?

Alberto: El sexismo en esta sociedad patriarcal donde lo masculino está por encima de lo femenino, y eso se ha llevado, en el caso de nosotros cuando utilizamos los cubanos, trabajadores, es decir que incluimos a los géneros femeninos en los masculinos. Si no darle la igualdad a lo masculino y lo femenino.

Niurvis: Es la prevalencia de un sexo ya sea femenino o masculino. Siempre hemos visto a la mujer como el sexo débil, yo no diría que se le ha dado superioridad al hombre si no que se ha disminuido el papel de la mujer.

Maité ¿Qué entendemos por sexismo en el discurso?

Alberto: Cuando se trata de invisibilzar el sexo femenino y cuando prevalece lo masculino, tanto en el lenguaje, como en los géneros periodísticos, en los temas musicales, en las propagandas, en las menciones que se ve la prevalencia del género masculino, no del femenino. No es solamente los y las diferencias, las trabajadoras y los trabajadores, nos cuesta decir eso porque pensamos que es un poco más largo y nos resulta tedioso. No es solo eso a la hora del lenguaje, si no de no invisibilizar o minimizar el sexo femenino que es el más débil en este caso, tratar de llevar la igualdad de lo masculino y de lo femenino.

Maité: ¿Cómo se representa esta superioridad en los componentes del discurso mediático?

Alberto: Por ejemplo en la música.

Armando: Esto se ve desde los siglos XV, XVI, XVII, XVIII de los años de Marx, él decía que: “el hombre piensa como vive no viven como piensa”, refiriéndose a la sociedad como

tal, sin embargo resalta el género hombre, para personalizarlo o para dar una imagen de la sociedad sin decir los hombres y las mujeres.

Luis: Cuando Marx decía “el Hombre nuevo de la sociedad” y no las mujeres y los hombres nuevos de la sociedad. Quizás se estemos ganado un poquito si nos fijamos en la televisión ya alas ocho de la noche sale “aquí termina la programación para los niños y las niñas.” Ya se está ganado un poquito.

Maite: ¿Como se define la política editorial de la emisora con relación al discurso incluyente? Se incluye, no se incluye……

Alberto: No se incluye, porque hasta ahora no es una prioridad ni para los periodistas, ni para los realizadores incluir la perspectiva de género en el trabajo.

Ricardo: No se utiliza.

Todos: (Con gestos afirman que no)

Maité: ¿En las rutinas productivas se incluyen, cómo se hace?

Niurvis: Yo no diría que no se incluye, yo diría que se incluye poco, por ejemplo en la producción musical que yo hago tengo en cuenta balance de género, balance de formato. También Estamos luchando contra los estereotipos. Hay más cantantes hombres que cantantes mujeres, lo mismo en la música cubana que en la música extranjera. Uno tiene por supuesto en la producción musical que poner más hombres que mujeres, pero yo pienso que si en la producción siempre se encuentra un balance.

Alberto: Creo que no es el problema poner cantantes hombres y mujeres, si no como le vamos le vamos a dar tratamiento a esa cantante mujer. No es cumplir un plan de tantos de hombres o tanto de mujer. Siempre se le ha dado más importancia a ese cantante hombre.

Ricardo: Se hacen trabajos, pero no al punto que debería hacerse, pero muy poco. Un 10% de un 100%.

Niurvis: Yo diría que se hace un trabajo que se hace sin saber que se hace, yo puedo ir al plan temático de este mes y decir que en notas voy a dar un tratamiento igual en notas al genérico tal % de mujeres y tal % de mujeres, pero no pero no como una cosas y decir que en las notas. Yo creo que el tema es como algo que hay que hacer, como otra temática cualquiera como la droga, Sida.

Luis: En el plan se da tratamiento a la temática de las mujeres, no por gusto es una de las priorizadas.

Armando: Por qué hay que especificar en un plan temático que el día 16 se le va a trabajar la temática a la mujer en la producción de alimento, ¿y por qué sale eso?, porque resalta que se le da menos prioridad a la mujer, tú puedes decir 29 días para los hombres y uno para las mujeres, no debía ser igual, entonces si tiene una intención que un día al mes o dos o tres resalte en la temáticas de la emisoras el papel de la mujer y por qué tienes que hacerlo, si no hubiera esa diferencia no había que poner esa temática, entonces se trabajaría el hombre y la mujer.

Maité: ¿Las temáticas priorizadas incluyen los paradigmas de lo masculino, lo femenino y la diversidad sexual?

Alberto: En las entrevistas se pone esa mujer femenina, tan buena, esforzadas, me parece escuchar los trabajos de Magalis Chacón la camionera, no es una cuestión de que la mujer se visibilicen por lo que es, si no por ser. Por ser mujer hace eso, hace lo otro. Tú eres buena porque eres buena pero no porque eres mujer eres así y no porque eres hombre eres así.

Alberto: En mi programa de orientación a los jóvenes yo he tratado temas de la homosexualidad, lo hago mensual y participa el Psicóloga que la he invitado, también la masturbación tanto en lo femenino como lo masculino., no voy a hacer un programa completamente de diversidad sexual.

Niurvis: Yo en “En Confianza”.

Armando: Ese es un tema que aunque se trata, se hace esporádicamente, no es un asunto que se lleva a profundidad por lo que hay que trabajarlos.

Niurvis: Qué pasa? que hay programas que se prestan para eso, el mismo 100% tiene secciones para jóvenes y En Confianza para la mujer y la familia y pueden tratarse esos temas, pero hay programas que no se prestan para eso.

Ricardo: Lo he hecho pero pocas ocasiones, más en la temática del SIDA, pero como es la programación como tal lo he hecho, pero no es una cosa que sea mensual. No es una cosa que se haga.

Alberto: No tenemos propaganda de eso. En los programas que no se prestan pudieran hacerse a través de la propaganda, pero en la emisora no hay propaganda de eso, ni de género, ni de diversidad sexual.

Maite: ¿Cuáles son los componentes del discurso radiofónico que a su juicio están marcados por este sexismo?

Alberto: Yo diría que la palabra, a la hora de los bocadillos de los locutores, las notas…..

Niurvis: Yo coincido.

Armando: Aunque también la música

Alberto: En mayor cuantía la palabra porque el recurso de la radio por excelencia es la palabra, es el que utilizamos todos, que es nuestra arma, nuestro fusil, después la música, pero primero la palabra. Por ejemplo la misma Revista Informativa como programa, ¿Quién es el locutor principal?, el hombre. No es la mujer la locutora principal.

Armando: En Disco de Verano y Tiempo Diferente es el hombre también refiriéndonos a la programación de verano.

Ricardo: En la palabra se le da protagonismo al hombre porque se generalizan los dos sexos.

Maité: ¿Existe lenguaje sexista en el discurso mediático, cuándo y por qué?

Alberto: Cuando oímos los locutores hablar. Sí, porque no se conoce, hay personas que les molesta, yo he escuchado que hay mujeres que también lo hacen. Se necesita un conocimiento para poder sustituir palabras, hay quien le molesta decir las y los.

Niurvis: Yo no estoy en contra del lenguaje de género. El Español es una cosa y el lenguaje radial es otra. Es cierto que el lenguaje radial tiene sus cosas pero el Español es único que existe hace miles de años y nosotros no vamos a cambiarlo. Yo no estoy en contra de las y los, pero hay que ver como se utiliza y por qué, hay que justificar cuando vas a utilizar las y los. Por ejemplo en una nota de un programa sobre el inicio del curso escolar y en esa nota la palabra estudiante está siente veces usted no va utilizar las y los estudiantes siete veces. Lo que pasa que ustedes no estudiaron el español, yo soy Licenciada en literatura y español, hay sustantivos que son neutros que no admiten ni el femenino, ni el masculino. Por ejemplo, usted puede decir el camarero o la camarera, la campesina la médica y suena normal. Por ejemplo usted no les choca los sustantivos la chofera, la pizera, son sustantivos que no estamos acostumbrados a oír, pero para mi el sexismo no está dado en la utilización ni de los ni de las, esta dado cuando hacemos un trabajo de Magalis Chacón y ponemos implícito en el trabajo que ella hace un trabajo que no era de

mujer, pero cuando hacemos un trabajo que Magalis porque por sus cualidades es vanguardia nacional y no mencionamos que a pesar ella comparte su trabajo con el hogar y en ese trabajo no mocionamos que hace un trabajo comúnmente de varón, entonces no mencionamos los y las , pero estamos discriminando la mujer y para mi es peor hacer eso que no decir los y las.

Ricardo: Es necesario una superación.

Maite: ¿Creen ustedes que sea posible incluir la perspectiva de género en el discurso?

Niurvis: Es posible pero no saturándolo porque yo no voy a decir en un párrafo lleve las niñas y a los niños al zoológico a ver las monas y los monos, a las papagayas y los papagayos y a las cocodrilas y los cocodrilos. Se puede, pero no saturándolo, para mi criterio personal hay que hacer un estudio del lenguaje, hay que hacer un estudio de lenguaje y hay que coger no solo el diccionario de la real academia española y el diccionario de cubanismo y el diccionario del habla popular cubana, coger todos los diccionarios que se han creado de habla popular cubana y hacer un estudio profundo acerca del lenguaje cubano y entonces ver como se puede introducir este tema del sexo.

Alberto: Ya esos estudios se han hecho. Yo tengo el libro con una serie de ejemplos, que tiene una lista de sustantivos que se pueden sustituir.

Maité: ¿Cuáles son los enfoques que ustedes creen posibles utilizar?

Ricardo: Es importante utilizarlo en el primer bocadillo referirse a hombres y mujeres, pero es malo utilizarlo hay que ver donde lo voy a utilizar y utilizar sustantivos que sirvan lo mismo para hombres y mujeres.

Niurvis: Usted puede decir hombre y mujer, pero los trabajadores tienen que ver como lo van a utilizar.

Alberto: Ahora alguien llega y dice: Buenas tardes compañeras y hay hombres, todos responden….

Maité: ¿Cuales son las vías para lograr un discurso incluyente en la programación?

Alberto: Primeramente es cambiar la mentalidad de las personas.

Niurvis: Primeramente estudiar y conocer y saber que se está haciendo en materia de género en el país, primeramente para tú documentarte bien porque tú dices se han hecho estudios, hay una lista de sustantivo y tu no fundamentas eso no vas a cambiar la mentalidad de las personas, es insuficiente el estudio, tiene que fundamentar por qué

esos sustantivos se pueden utilizar para eliminar el lenguaje sexista en la radio o en todo, si tu no fundamentas eso y no convences a la persona no vas a cambiar la mentalidad de nadie.

Ricardo: El primer paso es la superación de nosotros y después nosotros poder utilizar la radio para que las demás personas puedan.

Armando: Yo pienso que es una necesidad trabajar sobre este tema, pero que también hay que trabajar y analizar el tema en los radioyente para que se eduquen porque así con las normas y costumbres que estamos habituados cambiamos nosotros los que trabajamos en la radio y el oyente desconoce del tema y entonces va haber un choque entre la programación y el oyente. Aún no me siento preparado en el tema, necesitamos una capacitación por un tiempo prolongado no por una o dos veces.

Luís: Esto concreto en la cultura general integral de los profesionales de la radio y toda la población, lograr una equidad, ese lenguaje, ese nivel superior que todavía se da por nuestras tradiciones, nuestra idiosincrasia, por nuestros perjuicios que todavía tenemos de la sociedad, por muchas cosas que nos atan, pero creo que sí, que en otras cosas nos hemos enfrentado a otros cambios y lo hemos logrado.

Alberto: Yo decía que es muy difícil en corto tiempo cambiar la mentalidad de las personas porque nos hemos acostumbrado en una sociedad patriarcal donde el macho, el hombre es lo prevalerte el que manada, el padre de familia, el que controla el dinero y la mujer es la sumisa, la que cuida los hijos. Eso no se va a cambiar muy fácil, nosotros tenemos la responsabilidad de tratar de ir cambiando esa mentalidad en la población poco a poco, lo más triste que hay es ver una mujer machista, que piensa que el hombre es el que manda y ella la sumisa. Nosotros primeramente tenemos que creerlo, materializarlo, que existe la teoría de género, que hay una igualdad del hombre y la mujer, que existe sexismo Se cree con el conocimiento, la preparación para nosotros, tener un lenguaje no sexista y trasmitirlo a los oyentes.

Luis: Principios, valores y convicciones.

Niurvis: Yo pienso que esta lucha es igual que la de la homosexualidad, hemos avanzado un montón, y todavía queda mucho.

Maité: Como dice Dulce María Loynaz, es un grano de arena en un derrumbamiento de montaña, Quitar grano de arena a una montaña para poderla derrumbar es a granito a

granito que tiempo lleva. Cuántos años llevamos con esta cultura patriarcal, entonces necesitamos prepararnos en el tema para lograrlo.

ANEXO III

HOJAS DE REGISTRO - ACD

FICHA PARA EL ANALIISIS CRITICO DEL DISCURSO

PROGRAMA DISCO DE VERANO FECHA

ELEMENTO EN EL DISCURSO: GÉNERO PERIODÍSTICO

Enfoque			Género Periodístico						Titular			Protagonistas: Sexo		Protagonistas: E.Civil		Protagonistas	Protagonistas: C Piel			Protagonistas: SGeo	
Porblémico	Apologético	Denuncia	Noticia	Reportaje	Entrevista	Crónica	Testimonio	Comentario	Informativo	Llamativo	Sensacionalista	Mujer	Hombre	Soltera(o)	Casada(o)	Hijas o Hijos	Blanca	Negra	Mestiza	Urbana	Rural
2	11	4	17						17			2	9		1	1			1	1	

Tipo de Protag					Espacios				Roles									
Independiente	Dependiente	Se refiere a su físico	A sus habilidades Intelect.	A su fuerza	Priovado/Doméstico	Público/Institucional	Públcio de Creación	Indefinido	Víctima	Sobreviviente	Activa(o)	Pasiva(o)	Tradicional	Emergente	Transgresora(o)	Vocera(o)	Experta(o)	Citada(o)
1			1			2										1		1

Tto Cuerpo Femen.			Atributos en caso hombres								Leng Sexista			Musica Apo: Interpret			Te
Objeto sexual	Referemcia al físico	Referencia al vestuario	Desafío al peligro	Búsqueda de aventura	Posición de Poder	Virilidad Cultura falocétrica	Competencia	Confianza en si mismo	Control	Homofobia	Masculino sinónimo humanidad	Abjetivo Peyorativo para	Diminutivo al referirse a	Mujer	Hombre	Mujer y Hombre	Mujer
					2			1			9						

Temas Generales

Economía:	4
Política:	9
Educación	
Cultura:	3
Deporte:	
Historia:	
Conflictos Armados:	1

Agenda de Género:

Salud Sexual y Reproductiva	
Violencia de Género	
Acceso a toma de decisiones	
Roles masculinos y femeninos tradicionales	
Roles masculinos y femeninos emergentes	
Ciclos vitales	

FICHA PARA EL ANALIISIS CRITICO DEL DISCURSO

PROGRAMA DISCO DE VERANO

ELEMENTO EN EL DISCURSO: MENSAJES DE BIEN PÚBLICO

Enfoque			Protagonistas			Leng Sexista			Musica Apoyo					
			Sexo						Interpret			Tema		
Porblémico	Apologético	Denuncia	Mujer	Hombre	Mujer \ Hombre	Masculino sinónimo humanidad	Abjetivo Peyorativo para	Diminutivo al referirse a Mujeres	Mujer	Hombre	Mujer y Hombre	Mujer	Hombre	Mujer y Hombre
1	2		1	2		1			1	2		1		1

Temas Generales

Economía:	1
Política:	2
Educación	
Cultura:	
Deporte:	
Historia:	
Conflictos Armados:	

Agenda de Género:

Salud Sexual y Reproductiva	
Violencia de Género	
Acceso a toma de decisiones	
Roles masculinos y femeninos tradicionales	
Roles masculinos y femeninos emergentes	
Ciclos vitales	

FICHA PARA EL ANALIISIS CRITICO DEL DISCURSO

PROGRAMA TIEMPO DIFERENTE FECHA _____

ELEMENTO EN EL DISCURSO: MUSICA

Enfoque			Protagonistas										Tipo de Protag					Espacios				Roles										Tto Cuerpo Femen.			Atributos en caso hombres								Leng Sexista			Sexo Intérpret		
			Sexo		E.Civi			C Piel			SGeo																																						
Porblémico	Apologético	Denuncia	Mujer	Hombre	Soltera(o)	Casada(o)	Hijas o Hijos	Blanca	Negra	Mestiza	Urbana	Rural	Independiente	Dependiente	Se refiere a su físico	A sus habilidades Intelect.	A su fuerza	Priovado/Doméstico	Público/Institucional	Públcio de Creación	Indefinido	Víctima	Sobreviviente	Activa(o)	Pasiva(o)	Tradicional	Emergente	Transgresora(o)	Vocera(o)	Experta(o)	Citada(o)	Objeto sexual	Referencia al físico	Referencia al vestuario	Desafío al peligro	Búsqueda de aventura	Posición de Poder	Virilidad Cultura falocétrica	Competencia	Confianza en si mismo	Control	Homofobia	Masculino sinónimo humanidad	Abjetivo Peyorativo para	Diminutivo al referirse a Mujeres	Mujer	Hombre	Mujer y Hombre
28	60	9	59	39	30	31		7	2	1	5	1	13	39	6			37		1	21	12		5	7	8	2	18			7	16	13		1	12	13	3	5	6			6	10	4	36	57	7

Temas Generales

Economía:	
Política:	
Educación	
Cultura:	6
Deporte:	
Historia:	
Conflictos Armados:	
Temas de amor	92

Agenda de Género:

Salud Sexual y Reproductiva	
Violencia de Género	8
Acceso a toma de decisiones	
Roles masculinos y femeninos tradicionales	
Roles masculinos y femeninos emergentes	7
Ciclos vitales	
Relaciones de Pareja	76

FICHA PARA EL ANALIISIS CRITICO DEL DISCURSO

PROGRAMA DISCO DE VERANO FECHA

ELEMENTO EN EL DISCURSO: NOTAS

Enfoque			Protagonistas										Tipo de Protag					Espacios				Roles										Tto Cuerpo Femen.			Atributos en caso hombres								Leng Sexista			Musica Apoyo					
			Sexo		E.Civi			C Piel			SGeo																																				Interpret			Tema		
Porblémico	Apologético	Denuncia	Mujer	Hombre	Soltera(o)	Casada(o)	Hijas o Hijos	Blanca	Negra	Mestiza	Urbana	Rural	Independiente	Dependiente	Se refiere a su físico	A sus habilidades Intelect.	A su fuerza	Priovado/Doméstico	Público/Institucional	Públcio de Creación	Indefinido	Víctima	Sobreviviente	Activa(o)	Pasiva(o)	Tradicional	Emergente	Transgresora(o)	Vocera(o)	Experta(o)	Citada(o)	Objeto sexual	Referemcia al físico	Referencia al vestuario	Desafío al peligro	Búsqueda de aventura	Posición de Poder	Virilidad Cultura falocétrica	Competencia	Confianza en si mismo	Control	Homofobia	Masculino sinónimo humanidad	Abjetivo Peyorativo para	Diminutivo al referirse a Mujeres	Mujer	Hombre	Mujer y Hombre	Mujer	Hombre	Mujer y Hombre
	6		1		1		1			1	1					1			1											1																					

Temas Generales

Economía:	
Política:	
Educación	1
Cultura:	1
Deporte:	
Historia:	4
Conflictos Armados:	

Agenda de Género:

Salud Sexual y Reproductiva	
Violencia de Género	
Acceso a toma de decisiones	1
Roles masculinos y femeninos tradicionales	
Roles masculinos y femeninos emergentes	
Ciclos vitales	

FICHA PARA EL ANALIISIS CRITICO DEL DISCURSO

PROGRAMA DISCO DE VERANO

ELEMENTO EN EL DISCURSO:

Protagonismo									Lenguaje Sexista		
Locución Principal						Aparece en los créditos					
Sexo			Piel								
Mujer	Hombre	Mujer / Hombre	Blanca	Negra	Mestiza	Mujer	Hombre	Mujer / Hombre	Masculino sinónimo humanidad	Adjetivo Peyorativo para mujeres	Diminutivo al referirse a Mujeres
	6		6					6	49		

FICHA PARA EL ANALIISIS CRITICO DEL DISCURSO

PROGRAMA TIEMPO DIFERENTE FECHA _____

ELEMENTO EN EL DISCURSO: GÉNERO PERIODÍSTICO

Enfoque			Género Periodístico						Titular			Protagonistas											Tipo de Protag					Espacios				Roles										Tto Cuerpo Femen.			Atributos en caso hombres								Leng Sexista			Musica Apoyo					
												Sexo		E.Civil			C Piel			SGeo																																									
Porblémico	Apologético	Denuncia	Noticia	Reportaje	Entrevista	Crónica	Testimonio	Comentario	Informativo	Llamativo	Sensacionalista	Mujer	Hombre	Soltera(o)	Casada(o)	Hijas o Hijos	Blanca	Negra	Mestiza	Urbana	Rural	Independiente	Dependiente	Se refiere a su físico	A sus habilidades Intelect.	A su fuerza	Priovado/Doméstico	Público/Institucional	Públcio de Creación	Indefinido	Víctima	Sobreviviente	Activa(o)	Pasiva(o)	Tradicional	Emergente	Transgresora(o)	Vocera(o)	Experta(o)	Citada(o)	Objeto sexual	Referencia al físico	Referencia al vestuario	Desafío al peligro	Búsqueda de aventura	Posición de Poder	Virilidad Cultura falocétrica	Competencia	Confianza en si mismo	Control	Homofobia	Masculino sinónimo humanidad	Abjetivo Peyorativo para	Diminutivo al referirse a Mujeres	Mujer	Hombre	Mujer y Hombre	Mujer	Hombre	Mujer y Hombre
6	42	1	35		10			4	44	5		19	30		1	1	17		5	25	3	11	1		3	1	1	11	3	3	1						5	5	8				2		13		6	3			32								

Temas Generales

Economía:	7
Política:	19
Educación	
Cultura:	10
Deporte:	7
Historia:	
Conflictos Armados:	1
Salud	5

Agenda de Género:

Salud Sexual y Reproductiva	3
Violencia de Género	1
Acceso a toma de decisiones	
Roles masculinos y femeninos tradicionales	
Roles masculinos y femeninos emergentes	
Ciclos vitales	

FICHA PARA EL ANALIISIS CRITICO DEL DISCURSO

PROGRAMA TIEMPO DIFERENTE

ELEMENTO EN EL DISCURSO: MENSAJES DE BIEN PÚBLICO

Enfoque			Protagonistas			Leng Sexista			Musica Apoyo					
			Sexo						Interpret			Tema		
Porblémico	Apologético	Denuncia	Mujer	Hombre	Mujer \ Hombre	Masculino sinónimo humanidad	Abjetivo Peyorativo para	Diminutivo al referirse a Mujeres	Mujer	Hombre	Mujer y Hombre	Mujer	Hombre	Mujer y Hombre
	16		2	6	8	4			2	14			11	

Temas Generales

Economía:	2
Política:	1
Educación	
Cultura:	7
Deporte:	6
Historia:	
Conflictos Armados:	

Agenda de Género:

Salud Sexual y Reproductiva	
Violencia de Género	
Acceso a toma de decisiones	
Roles masculinos y femeninos tradicionales	
Roles masculinos y femeninos emergentes	
Ciclos vitales	

FICHA PARA EL ANALIISIS CRITICO DEL DISCURSO

PROGRAMA TIEMPO DIFERENTE FECHA _____

ELEMENTO EN EL DISCURSO: MUSICA

Enfoque			Protagonistas										Tipo de Protag					Espacios				Roles										Tto Cuerpo Femen.			Atributos en caso hombres								Leng Sexista			Sexo Intérpret		
			Sexo		E.Civi			C Piel			SGeo																																					
Porblémico	Apologético	Denuncia	Mujer	Hombre	Soltera(o)	Casada(o)	Hijas o Hijos	Blanca	Negra	Mestiza	Urbana	Rural	Independiente	Dependiente	Se refiere a su físico	A sus habilidades Intelect.	A su fuerza	Priovado/Doméstico	Público/Institucional	Públcio de Creación	Indefinido	Víctima	Sobreviviente	Activa(o)	Pasiva(o)	Tradicional	Emergente	Transgresora(o)	Vocera(o)	Experta(o)	Citada(o)	Objeto sexual	Referemcia al físico	Referencia al vestuario	Desafío al peligro	Búsqueda de aventura	Posición de Poder	Virilidad Cultura falocétrica	Competencia	Confianza en si mismo	Control	Homofobia	Masculino sinónimo humanidad	Abjetivo Peyorativo para	Diminutivo al referirse a Mujeres	Mujer	Hombre	Mujer y Hombre
7	86	3	63	29	7	44	1						15	47	1	1		43			20	6		7	14	9	2	16		1	9	9	4	1	2	8	2	2	6	6	1		5	11	9	16	77	5

Temas Generales

Economía:	1
Política:	2
Educación	
Cultura:	14
Deporte:	
Historia:	
Conflictos Armados:	
Temas de amor	79

Agenda de Género:

Salud Sexual y Reproductiva	
Violencia de Género	4
Acceso a toma de decisiones	
Roles masculinos y femeninos tradicionales	2
Roles masculinos y femeninos emergentes	2
Ciclos vitales	4
Relaciones de Pareja	67

FICHA PARA EL ANALIISIS CRITICO DEL DISCURSO

PROGRAMA TIEMPO DIFERENTE FECHA

ELEMENTO EN EL DISCURSO: NOTAS

Enfoque			Protagonistas										Tipo de Protag					Espacios				Roles										Tto Cuerpo Femen.			Atributos en caso hombres								Leng Sexista			Musica Apoyo					
			Sexo		E.Civi			C Piel			SGeo																																				Interpret			Tema		
Porblémico	Apologético	Denuncia	Mujer	Hombre	Soltera(o)	Casada(o)	Hijas o Hijos	Blanca	Negra	Mestiza	Urbana	Rural	Independiente	Dependiente	Se refiere a su físico	A sus habilidades Intelect.	A su fuerza	Priovado/Doméstico	Público/Institucional	Públcio de Creación	Indefinido	Víctima	Sobreviviente	Activa(o)	Pasiva(o)	Tradicional	Emergente	Transgresora(o)	Vocera(o)	Experta(o)	Citada(o)	Objeto sexual	Referemcia al físico	Referencia al vestuario	Desafío al peligro	Búsqueda de aventura	Posición de Poder	Virilidad Cultura falocétrica	Competencia	Confianza en si mismo	Control	Homofobia	Masculino sinónimo humanidad	Abjetivo Peyorativo para	Diminutivo al referirse a Mujeres	Mujer	Hombre	Mujer y Hombre	Mujer	Hombre	Mujer y Hombre
	12		2	10	1			5		1	1		1			1				2									1	1				3		2		2	1			4			1		1		1	1

Temas Generales

Economía:	
Política:	
Educación	1
Cultura:	4
Deporte:	
Historia:	7
Conflictos Armados:	

Agenda de Género:

Salud Sexual y Reproductiva	
Violencia de Género	
Acceso a toma de decisiones	
Roles masculinos y femeninos tradicionales	
Roles masculinos y femeninos emergentes	
Ciclos vitales	

FICHA PARA EL ANALIISIS CRITICO DEL DISCURSO

PROGRAMA TIEMPO DIFERENTE

ELEMENTO EN EL DISCURSO:

Protagonismo									Lenguaje Sexista		
Locución Principal						Aparece en los créditos					
Sexo			Piel								
Mujer	Hombre	Mujer / Hombre	Blanca	Negra	Mestiza	Mujer	Hombre	Mujer / Hombre	Masculino sinónimo humanidad	Adjetivo Peyorativo para mujeres	Diminutivo al referirse a Mujeres
5	1		6					4	29		

ANEXO IV

ESTRUCTURA DE LA ESTRATEGIA DE CAPACITACIÓN Y TEMAS A TRATAR

a) Aspectos generales de la estrategia:

Objetivo:

- Contribuir a la preparación y desempeño de los públicos internos de Radio Chaparra a través de acciones que brinden una concepción teórico metodológica para lograr un discurso mediático no sexista.

Modalidad: Fases
Tiempo de duración: Un año.
Forma de organización docente: Conferencias, Talleres, intercambios.
Evaluación: Auto evaluación y evaluación sistemática.
Responsable: Coordinadora general de la aplicación de la estrategia.
Participantes: Directivas, periodistas, colectivos de los programas, investigadoras sociales.

B) Descripción de cada fase:

FASE DE ACERCAMIENTO:

Visión metodológica:

En esta fase predomina la dimensión comunicativa y organizativa. Se trabaja en la concepción del grupo de trabajo y su funcionamiento haciendo énfasis en las normas del trabajo grupal. Mediante el diálogo ameno la conductora presenta el objetivo general de la estrategia, sus encuentros, metodología a seguir y otros aspectos de interés para el grupo. Se utilizarán además técnicas de participación grupal.

No de encuentros: Un encuentro

Objetivos:

- Contribuir a las buenas prácticas en la comunicación entre los participantes mediante el diálogo, donde prime un clima de seguridad y confianza, encaminado a la integración del grupo.
- Contribuir al desarrollo de habilidades propias de acciones grupales.
- Intercambiar sobre la experiencia práctica en la concepción de productos comunicativos con enfoque de género y así determinar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que tiene el grupo para lograr un discurso mediático no sexista en Radio Chaparra.

Acciones:

- Constitución del grupo taller.
- Selección de relatora.
- Aplicación de dinámicas grupales para determinar fortalezas y debilidades para el logro del objetivo propuesto.
- Aplicación de dinámicas grupales para intercambiar las experiencias del grupo en la concepción de productos comunicativos con enfoque de género.

FASE DE DIAGNÓSTICO:

Visión metodológica:

En esta fase predomina la dimensión investigativa. Constituye un punto importante la reflexión crítica de las prácticas investigativas realizadas, resultados y el valor que tienen. Se utilizan técnicas de participación grupal, pero se propicia la participación individual de cada participante, como relatora o relator de su experiencia.

No de encuentros: Dos encuentros.

Objetivos:

- Reconocer las insuficiencias detectadas durante la investigación realizada.

Acciones:

- Presentación de investigaciones realizadas y el Análisis Crítico del Discurso con perspectiva de género.
- Taller con productos comunicativos para conocer cómo se reconoce el problema y hacer valoraciones de cómo se puede disminuir esta tendencia.
- Lectura y valoración de los apuntes de la relatora.

Invitada: Especialista en estudios de género y comunicación.

FASE IDENTIFICACION Y ANALISIS DEL PROBLEMA:

Visión metodológica:

Las dimensiones políticas y administrativas son predominantes en esta fase. Es importante no pasar de la identificación de la fase a la propuesta de soluciones; es determinante investigar las causas que originan problemas, las consecuencias mediatas o inmediatas, las experiencias y otros factores que se afloren en el análisis. El estudio del problema, así como los ejercicios prácticos permitirán el desarrollo de habilidades para la identificación del problema. Es el momento de realizar el árbol de problemas, teniendo en cuenta las problemáticas que se enfrentan en la concepción de los productos comunicativos. Es importante que se valoren los resultados de las investigaciones sociales realizadas a los públicos externos.

No de encuentros: Uno

Objetivos:

- Aprender de manera participativa la identificación y análisis del problema a través de la realización del árbol de problemas.

Acciones:

- Realización del árbol de problemas.
- Entregar al relator los aspectos de interés para la memoria de la experiencia.

FASE DE PLANEACION Y PLANEAMIENTO:

Visión metodológica:

Esta fase es muy práctica, aún cuando define etapas y aspectos de lo que se desea obtener. Predomina la dimensión organizativa e investigativa.

No de encuentros: Uno.

Objetivos:

- Modelar el Plan de temas y la metodología a seguir en los cursos de capacitación tomando como punto de referencia la planificación existente.

Acciones:

- Modelación del plan de temas teniendo en cuenta la planificación inicial.
- Planificación de la capacitación a todo el personal que participa en la concepción del producto comunicativo que sale al aire en la programación.
- Entregar a la relatora algunos aspectos de interés para la memoria de la experiencia.

FASE GESTION Y EJECUCION:

Visión metodológica

Esta es una fase decisiva para la coordinadora de la estrategia, la cual comienza con la puesta en práctica de la proyección de los programas de capacitación, en su dimensión de gestión, conlleva la ejecución del plan de acción que permita la incorporación a las actividades de capacitación, según se previó en la etapa anterior. Es importante la gestión de compromiso ante la participación en cada una de las actividades previstas. Es el plan de acción el que determina los pasos a seguir, por cuanto el desarrollo de las fases se interrelacionan. Pertenece a esta fase el desarrollo del Curso de capacitación.

No de encuentros: Uno de coordinación y los demás en dependencia de las acciones previstas en el plan de capacitación.

Objetivos:

- Asegurar la integración de los factores en las tareas de capacitación.
- Ejecutar la capacitación de las personas implicadas en la estrategia.

Acciones:

- Realización de las tareas que aseguren el desarrollo de las sesiones de capacitación según los intereses de la estrategia y las personas que participan.
- Realización de las actividades de capacitación.

Evaluación: Se seguirá el diseño del curso de capacitación.

FASE DE EVALUACION:

Visión metodológica:

Sus dimensiones están en función de colocar este componente en la regulación de todo el proceso y cumplir las funciones que están dadas en toda evaluación.

No de encuentros: Un encuentro final.

Objetivos:

- Valorar la eficiencia de la estrategia de manera integral.

Acciones:

- Realización de evaluación de las actividades de cada una de las fases y el nivel de motivación por lo realizado y por la contribución al cambio.
- Valoración final de la estrategia.

FASE DE SISTEMATIZACION:

Visión metodológica:

Cada una de las acciones realizadas constituye parte de un proceso compartido por quienes participan. Ajustándose al concepto de sistematización que debe enfocarse a partir de una valoración crítica de lo realizado, de lo aprendido, se trazan pautas para el

nuevo accionar, en condiciones de extensión de la experiencia como comprobación de los resultados obtenidos. Es el momento donde se presenta el proyecto de capacitación para las personas que colaboran con la programación .Se repite el ciclo de la estrategia, con sus respectivas fases.

No de encuentro: Un encuentro.

Objetivos:

- Proyectar las bases y el Plan de acción para la aplicación de cada una de las fases en nuevas condiciones de acuerdo a las particularidades del grupo.
- Proyectar la ejecución del curso las personas que colaboran con la programación como parte de la sistematización.

Acciones:

Se elaborará en función de la nueva etapa de sistematización.

Temas fundamentales a tratar en el curso de capacitación

Tema 1: Género y Comunicación.

Objetivo: Conocer las principales teorías sobre el género y la comunicación y su aplicación práctica.

Contenido: Género subjetividad e identidad. Confluencias de la teoría de género y la teoría de comunicación. Papel de los medios de comunicación en la construcción de la realidad desde una perspectiva de género. Elementos prácticos sobre las condiciones que producen y reproducen la desigualdad entre mujeres y hombres a partir de las experiencias del grupo.

Horas Clases: 2 teóricas y 1 práctica

Tema 2: La agenda de género en los medios de comunicación. La Radio

Objetivo: Conocer las herramientas teórico prácticas para introducir la perspectiva de género en la agenda mediática de la radio.

Contenido: Antecedentes de la Radio en Cuba. Demandas del eje temático de Mujer y Medios y su aplicación a las prácticas profesionales diarias. El enfoque de lo femenino, lo masculino y la diversidad sexual en la planificación temática y su inclusión en el proceso productivo. Temáticas de la agenda de género y las formas de incorporarlas en la agenda mediática.

Horas Clases: 3 teóricas y 3 prácticas

Tema 3: El sexismo en el lenguaje. Buenas prácticas.

Objetivo: Identificar las principales alternativas del lenguaje para lograr la inclusión.

Contenido: El papel de lenguaje como agente socializador del género. Alternativas para lograr un lenguaje inclusivo en los productos comunicativos.

Horas Clases: 2 teóricas y 2 prácticas

Tema 4: La violencia de género. Cuidado con la palabra y la música en la radio.

Objetivo: Conocer las principales manifestaciones de violencia de género en los componentes principales del discurso radiofónico y las formas de cambio.

Contenido: Definición de violencia de género y su forma de manifestarse en la radio. Recursos a utilizar en la radio para la concepción de los productos comunicativos. Producción musical con perspectiva de género.

Horas Clases: 1 teórica y 2 prácticas

Tema 5: Periodismo de investigación y género.

Objetivo: Conocer las principales herramientas teórico metodológicas para hacer el periodismo de investigación desde una perspectiva de género.

Contenido: Herramientas teórico metodológicas para hacer el periodismo de investigación desde una perspectiva de género.

Horas Clases: 2 teórica y 2 prácticas