



Facultad de Humanidades

Departamento de Psicología, Comunicación Social y

Ciencias de la Información

Trabajo de Diploma en opción al título de Licenciada en

Comunicación Social

Título: La perspectiva de género en el discurso radiofónico del
programa *En familia* de Radio Sancti Spíritus

Autora: Aray Rodríguez Hernández

Tutora: Dr.C. Lisandra Gómez Guerra

Sancti Spíritus

2023

Copyright©UNISS

Este documento es Propiedad Patrimonial de la Universidad de Sancti Spíritus “José Martí Pérez”, y se encuentra depositado en los fondos del Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación “Raúl Ferrer Pérez” subordinada a la Dirección de General de Desarrollo 3 de la mencionada casa de altos estudios.

Se autoriza su publicación bajo la licencia siguiente:

Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

Atribución- No Comercial- Compartir Igual



Para cualquier información contacte con:

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación “Raúl Ferrer Pérez”.

Comandante Manuel Fajardo s/n, Olivos 1. Sancti Spíritus. Cuba. CP. 60100

Teléfono: 41-334968

Dedicatoria

A mi hijo y a mi remolino por nunca dejarme caer

Agradecimientos

A mi familia por el apoyo desde siempre

A todas y cada una de las amistades que me ayudaron en el proceso

*A la hermosa familia de amigos que me ayudaron a salir de los malos momentos y
me enseñaron que nunca es tarde*

*A Abdel por incluirme dentro de esa familia de amigos. Gracias por tus cenas
asesinas*

A Yanetsy Pino por la enorme ayuda bibliográfica.

*A Elsa y Erick por las maravillosas clases y por todos los conocimientos brindados
y más allá*

*A mi tutora Lisandra por la paciencia, por ser la guía y la calma dentro de la
tormenta, por estar ahí siempre que llamaba o escribía sin importar la hora ni el día,
sin ti esto no hubiera sido posible*

*A todos **muchas gracias***

RESUMEN

La presente investigación realiza un estudio sobre la perspectiva de género en el discurso radiofónico del programa *En familia* de Radio Sancti Spíritus. Responde a un diseño cualitativo. Los métodos del nivel teórico utilizados fueron el histórico-lógico, inductivo-deductivo y análisis-síntesis. Se emplearon el análisis bibliográfico, la observación participante, el análisis de contenido, la entrevista semiestructurada y la triangulación de datos. Entre los aportes de esta pesquisa científica se distingue la propuesta de un plan de acciones para generar el discurso radiofónico del programa *En familia* de Radio Sancti Spíritus desde la perspectiva de género. Se elaboró, desde tres dimensiones: sensibilización, educación y comunicación, a fin de transformar paulatinamente la gestión de los contenidos, desde la perspectiva de género. Por tanto, puede actuar como un componente constitutivo y constituyente para lograr productos comunicativos, donde cada vez sean menos las expresiones de desigualdades entre hombres y mujeres.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. APUNTES TEÓRICO-REFERENCIALES, EL INICIO DEL CAMINO.....	8
1. La Comunicación, una mediación vital.....	8
1.1. Género	9
1.2. Género y Comunicación.....	10
1.3. La radio	14
1.4. El discurso radiofónico	15
1.5. El discurso radiofónico con perspectiva de género	18
1.6. Programa de orientación	20
1.7. Programa En familia.....	22
1.8. Plan de acciones, una necesidad para el cambio	23
CAPÍTULO II. RUTA METODOLÓGICA Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS....	25
2.1. En familia, un análisis desde la perspectiva de género.	32
2.1.1. Agenda temática.....	32
2.1.2. Temática de la agenda de género	33
2.1.3. Enfoque	35
2.1.4. Enfoque de género	37
2.1.5. Fuentes por sexo	38
2.1.6. Protagonistas del programa.....	39
2.1.7. Roles	40
2.1.8. Estereotipos.....	40
2.1.9. Lenguaje sexista.....	43
2.1.10. Recursos expresivos	45
2.1.11. Elaboración del producto.....	46
2.1.12. Consideraciones finales	47
2.2. Propuesta del plan de acciones	48
CONCLUSIONES.....	54
RECOMENDACIONES	55
BIBLIOGRAFÍA	56
ANEXOS	

INTRODUCCIÓN

Como una necesidad propia del ser humano para comunicarse nace la radio, tomando como antecedentes los aportes hechos por innovadores desde épocas pasadas. Esta permite relacionarse a distancia sin ningún medio físico más que las ondas electromagnéticas. Aparece como un medio de radiodifusión para comunicar.

La radio tiene la posibilidad de llegar a un mayor número de personas dentro o fuera de un territorio dado. Cualquiera puede escuchar la radio y mantener una determinada actividad a la par. Este medio lleva su mensaje a millones de seres humanos a la vez, permite participar al oyente de cualquier evento sin importar la distancia, informa rápidamente cualquier acontecimiento, penetra en la intimidad de un espacio, establece costumbres y hábitos de audiencia y de otras índoles y no reconoce fronteras geográficas.

A la radio se le considera un medio de interacción social, debido a que tiene la posibilidad de poner en relación a grandes grupos sociales, por lo que en esencia la radio tiene una especial misión educativa.

Todos los medios masivos de comunicación, grupo donde se encuentra la radio, inciden en la construcción del gusto, de los modos de actuación y de las estructuras ideológicas que sustentan las relaciones humanas, por lo que se puede decir que son mediadores de la opinión pública. Los mismos establecen gustos estéticos, patrones culturales e ideológicos que no pueden pasar inadvertidos. En la divulgación de saberes, cambio de actitudes, persuasión de los individuos y apoyo para transformar la realidad social, se reconoce, desde los primeros estudios sobre los medios de comunicación de masas, el papel del discurso radiofónico.

Por tanto, los medios de comunicación son un actor de gran influencia en la formación de valores y patrones de comportamiento referidos a las nociones sobre feminidades, masculinidades y otros conceptos asociados al género. En los

procesos de producción de noticias y construcción de significados para las audiencias, los medios de comunicación pueden influir en la percepción y comprensión de los temas que se presentan, donde el género al ser transversalizado al resto de los procesos sociales permite que se comprendan y respeten las múltiples realidades de los contextos que, a su vez, constituyen parte de las agendas mediáticas.

La aparición del concepto de género en la historia del pensamiento social, en sus inicios no provocó grandes cambios, por lo que, su presencia y fortaleza conceptual pasaron inadvertidas. Pero, en años más recientes, ha ido tomando relevancia en el análisis de los fenómenos sociales que se han desarrollado desde diversas disciplinas y desde diferentes enfoques. Rescatar las relaciones, actividades y experiencias sociales del “ser mujer” o del “ser hombre”, como eje clave para entender la forma en que se construyen los procesos socio-históricos, ha indicado las posibilidades de la perspectiva de género para elaborar una crítica transformadora y abrir nuevos debates y líneas de investigación. (Vázquez Olivé, 2010, p.9)

Por otro lado, se puede decir que la perspectiva de género permite enfocar, analizar y comprender las características que definen a mujeres y hombres, social y culturalmente de manera específica, así como sus semejanzas y diferencias.

Asumir la perspectiva de género en el discurso radial contemporáneo es esencial a fin de responder al llamado universal de construir sociedades más justas. Dentro de las parrillas de programación, los programas de orientación, de acuerdo con Rodríguez Hernández (2023) “deben encaminar a apoyar la incorporación de estrategias y acciones que permitan comprender, orientar y dar respuesta a demandas de conocimientos mediante nuevos estilos de comunicación, parte ya del entorno cultural de las audiencias”. Por tanto, que sus colectivos tengan saberes al respecto y lo pongan en práctica más que una necesidad es prioridad.

¿Qué ocurre al respecto en el programa de *En familia*, de Radio Sancti Spíritus? Fue la primera pregunta que motivó este estudio que asume como referentes

teóricos a las investigaciones realizadas por (Moya Richard, 2010), pionera en el escenario cubano en estos acercamientos. También resultaron útiles los aportes de: (León Franco, 2005); (Gordillo Piña, 2008); (Castillo Moreno, 2011); (Kaba, 2006); (Vázquez Olivé, 2010); (González Lemes, 2009); (Ruano Martínez, 2012); (Cid Labrada, 2020); (Gómez Guerra, 2017).

En esta pesquisa se confirmó que en la Universidad de Sancti Spíritus “José Martí” existen muy pocas investigaciones adscritas a los estudios de género. Entre las resguardadas son: *Tratamiento jurídico de los transexuales en Cuba*, (Escobar León, 2019); *Enfoque de género en los temas tratados por el programa Andando transmitido por Centro Visión Yayabo*, (Díaz González, 2010); *Procedimiento para incluir el enfoque de género en la Estrategia de Dirección de la Asociación Nacional de Agricultores Pequeños en Sancti Spíritus*, (García Vilvey, 2018) y *Masculinidad hegemónica: su enfoque sociocultural en el programa Tiempo Extra de la Emisora provincial Radio Sancti Spíritus*, (Consuegra Ibarra, 2014).

No solo es una realidad académica sino mediática: muy pocos espacios abordan el tema de género en Cuba aun cuando en la actualidad se le confiere gran importancia al mismo, tanto así que se elaboró y se aprobó un nuevo Código de la Familia donde se visibiliza y se pone de manifiesto la temática de género, así como se insiste en todas las entidades el Plan de Adelanto a la Mujer y en la Ley de Comunicación también se aborda la trascendencia del mismo para que sea transversalizado en todos los tópicos.

En el otrora Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT), hoy Instituto de Información y Comunicación Social ha existido una preocupación por insertar estas temáticas en las agendas y las políticas de programación, editorial e informativa. Sin embargo, esa voluntad no se ha concretado en acciones objetivas, lo cual se demuestra en una revisión a las líneas editoriales y las fichas técnicas de los programas de Radio Sancti Spíritus, en las cuales no existe la inclusión de la perspectiva de género.

Teniendo en cuenta dichas particularidades y con el propósito de transformar una realidad que atenta contra la eficacia del proceso comunicativo del programa a analizar, se realiza la presente investigación basada en un estudio de caso con un **diseño cualitativo descriptivo**. Este estudio propone un **plan de acciones** que permitirá que se asuma la perspectiva de género en el discurso de *En familia* y así ejercer una eficaz gestión de contenidos por parte de los actores que intervienen en el proceso comunicativo de ese espacio para mejorar la satisfacción de sus audiencias al parecerse mucho más al Sancti Spíritus actual, por lo que resulta **pertinente** porque puede actuar como un componente constitutivo y constituyente de los cambios necesarios para la transformación de las representaciones sociales de los actores que gestionan el contenido y el acabado de los productos comunicativos de Radio Sancti Spíritus, a fin de erradicar desigualdades entre los hombres y mujeres protagonistas.

Para lograrlo se plantea el siguiente **problema científico**: ¿Cómo contribuir a que el discurso radiofónico del programa *En familia* de Radio Sancti Spíritus se genere desde la perspectiva de género?

Para darle respuesta, se asume como **objetivo general**:

- Proponer un plan de acciones para generar un discurso radiofónico con perspectiva de género en el programa *En familia* de Radio Sancti Spíritus.

En consonancia con ello, se plantean los siguientes **objetivos específicos**:

- Determinar los referentes teórico-referencial-metodológicos sobre la perspectiva de género en el discurso radiofónico.
- Caracterizar el discurso radiofónico, desde la perspectiva de género, del programa *En familia* de Radio Sancti Spíritus.
- Diseñar un plan de acciones para generar el discurso radiofónico con perspectiva de género en el programa *En familia* de Radio Sancti Spíritus.

Mientras este estudio tiene la siguiente **premisa**: la elaboración y propuesta de un plan de acciones para gestionar un discurso radiofónico con perspectiva de género

permitirá que las audiencias de *En familia* comprendan e interpreten de forma más integral las múltiples realidades donde coexisten y que conforman las agendas mediáticas.

La **categoría de análisis** de este estudio es: discurso radial con perspectiva de género. Para su conceptualización, se partió de las formulaciones sobre discurso radial, de Balsebre (1994) y de perspectiva de género expuestas por Benhabib y Cornel (1990).

A los efectos de la presente indagación, se define la categoría como: discurso construido por los recursos propios del medio: voz, música, efectos de sonido e interacción con las audiencias que transversaliza la agenda género en la gestión de contenidos de los programas.

Esta tesis responde a la perspectiva metodológica cualitativa y a la estrategia de investigación de estudio de caso único, al centrarse en el discurso radial del programa *En familia*, desde el análisis de la perspectiva de género.

La indagación es de tipo comunicológica y responde a un diseño empírico, no experimental y descriptivo. La investigación empleó métodos teóricos, los cuales, en opinión de los doctores en Ciencias cubanos Quesada y Medina (2020), revelan cómo se puede transformar el conocimiento y lograr formas más profundas de este, pues permiten la interpretación conceptual de los datos empíricos encontrados.

El **histórico-lógico** sirvió para caracterizar la evolución del discurso radiofónico y los Estudios de Género, así como los nexos con la Teoría de la Comunicación.

Por su parte, el **análisis-síntesis** para indagar en las principales aportaciones teóricas y conceptos afines con el género y los presupuestos para construir productos radiofónicos teniendo en cuenta la perspectiva de género.

Y el **inductivo-deductivo** permitió indagar desde sucesivas aproximaciones relacionadas con el conocimiento del **objeto de investigación** (discurso radiofónico) y **campo de acción** (perspectiva de género en el discurso radiofónico)

del programa *En familia*), hasta llegar a las principales aportaciones teóricas y conceptuales, así como en la comprensión de los presupuestos para construir productos radiofónicos, lo que también permitió diagnosticar y caracterizar el programa, desde la perspectiva de género.

Este estudio para llegar a sus resultados, también, utilizó el análisis del discurso radial (oral) y escrito (guiones), la revisión bibliográfico-documental, la observación participante, la entrevista semiestructurada y la triangulación de los datos que permitieron arrojar un diagnóstico de los resultados más fidedignos.

Teniendo en cuenta la importancia que tiene para el diseño de investigación una adecuada y pertinente **selección de la muestra**. La misma fue delimitada de acuerdo con las siguientes especificidades:

1. Se eligieron las emisiones del programa *En familia* de las semanas en que se registran las efemérides del 14 de febrero (Día del Amor), 8 de marzo (Día Internacional de la Mujer), 15 de mayo (Día Internacional de la Familia y justamente en esa semana tuvo lugar por primera vez en Sancti Spíritus la Jornada cubana contra la homofobia y transfobia), lo cual propicia un mejor y más intenso acercamiento a la agenda editorial del programa y, por tanto, debe existir un tratamiento más visible a contenidos relacionados con el género.

2. Se eligió el programa *En familia* de Radio Sancti Spíritus debido a que tiene una frecuencia diaria, con amplia audiencia según estudios realizados por el Grupo de Investigaciones Sociales de Radio Sancti Spíritus. Asimismo, es indispensable tomar como muestra un programa con tales características en la emisora provincial para que se tome como ejemplo respecto de las demás radioemisoras. En la selección de la muestra del estudio se empleó un **muestreo no probabilístico intencional**, ya que el estudio depende, no ya de la representatividad de elementos de una población, sino de una selección de programas que aborden problemáticas, asuntos, representaciones sociales de género o hechos relacionados con lo femenino y lo masculino. El objetivo de su

selección es la riqueza, profundidad y calidad de la información, no la cantidad y la estandarización.

Este estudio es **novedoso** porque es la primera vez que se le propone desde la ciencia, un plan de acciones al colectivo del programa *En familia* de Radio Sancti Spiritus para revertir el no asumir la perspectiva de género. A la par de ello, reviste importancia pues ayudaría a educar a las audiencias en conceptos más integrales por el propio perfil del programa.

El **valor teórico** de la investigación está dado por la posibilidad de construir un marco teórico de referencia, derivado de la consulta de la literatura internacional y nacional más actualizada sobre discurso radiofónico con perspectiva de género, que puede convertirse en material de consulta de la asignatura Comunicación Sonora, de la carrera de Comunicación Social.

En el orden **práctico**, la tesis contribuirá con el plan de acciones a transformar representaciones sociales de género en los actores comunicativos y, por tanto, a las audiencias del programa.

Para mejor comprensión la investigación se estructura de la siguiente forma: Capítulo I. Apuntes teórico-referenciales, el inicio del camino, Capítulo II. Ruta metodológica y análisis de los resultados, Conclusiones, Recomendaciones, Bibliografía y Anexos.

La relación entre la Teoría de la Comunicación y la de Género facilita abordar mayor objetividad un tema en los medios de comunicación. Este estudio es un aporte para desde el discurso radial erradicar desigualdades entre los hombres y mujeres protagonistas, tanto en la gestión de contenidos como sus audiencias.

CAPÍTULO I. APUNTES TEÓRICO-REFERENCIALES, EL INICIO DEL CAMINO

1. La Comunicación, una mediación vital

Los medios de comunicación, a lo largo de la historia, han sido analizados desde su propia naturaleza compleja y desde numerosos condicionamientos a los que ha estado sometido; siempre en la búsqueda constante de hacerse transparente en su función de informar y presentar su labor de mediación ante la opinión pública. En esa tarea mediadora se hace presente la labor profesional como conjunto de prácticas que inciden directamente en los procesos de producción y reproducción de los medios de comunicación; y están mediadas por saberes, creencias, rutinas, hábitos que encauzan el producto comunicativo final.

Para desentrañar esas particularidades, analizar la forma en que intervienen en el proceso comunicativo, es necesario indagar en los postulados teóricos desde los enfoques de la sociología de los profesionales que gestionan los contenidos, los estudios que profundizan en los procesos de la comunicación de masas, y el tipo de organización del trabajo donde tienen lugar los procesos de construcción de los mensajes.

De acuerdo con el investigador Mauro Wolf en su libro *Teoría de la comunicación* (2005), para interpretar el diarismo de los emisores existen dos corrientes fundamentales: la primera ha escudriñado en sus características sociológicas, culturales, los procesos de socialización a los que están sometidos, etc.; y la segunda se detiene en la lógica de los procesos con la que se produce la comunicación de masas y el tipo de organización del trabajo en el que tiene lugar la construcción de los productos comunicativos.

A su juicio, la producción de información o newsmaking se articula entre dos polos, que son: la cultura profesional, la organización del trabajo y de los procesos productivos. Todas esas particularidades son elementos de una labor que no puede dejarse a la espontaneidad, como sucede siempre con la obra humana; porque cada una de ellas garantiza el funcionamiento de las empresas mediáticas,

según sus propias características, e indagan en sus significados —más que en hechos— dentro del sistema de relaciones políticas y sociales presentes en una sociedad.

Justamente, el género como mediación cognitiva, cultural y estructural resulta trascendental para analizar ese fenómeno ya que en el campo de la comunicación incide directamente en todo el complejo proceso mediático.

1.1. Género

La categoría género llegó a las Ciencias Sociales en los años 70. Surgió entre las académicas feministas de la época. La misma permite interpretar las relaciones sociales entre hombres y mujeres, las que se dan en todos los contextos institucionalizados.

Por ello, la construcción de género se interrelaciona con otras condiciones objetivas y subjetivas en la vida de cada persona: su cultura, etnia a la que pertenece, status social, edad, credo, ideología política, historia de su comunidad e historia familiar.

Es por ello que todas las personas, mujeres y hombres de diferentes edades, culturas, etnias, clases sociales y lugares, tienen una vivencia de género. Nacen dentro de un grupo social que determina qué deben ser dependiendo de su sexo, pero con el transcurso de los años y las múltiples mediaciones tienen sus propias vivencias.

Legarde (como se citó en Alfaro, 1999, p. 8) refiere que mujeres y hombres se diferencian, en primera instancia, porque tienen características fisiológicas y sexuales con las que nacen, que son naturales y no se modifican (al menos no naturalmente). A esto se le llama “sexo”. Y, por otra parte, se diferencian, porque cada sociedad, cada cultura ha dado una valoración y un significado distinto a esas diferencias de sexo y ha elaborado ideas, concepciones y prácticas acerca del SER HOMBRE Y SER MUJER. Este conjunto de características y normas

sociales, económicas, políticas, culturales psicológicas, jurídicas, asignadas a cada sexo diferencialmente, es lo que se llama “género”.

Cuando el término género aparece, ya existían investigaciones y reflexiones sobre la condición social de las mujeres. Ese concepto se introduce precisamente, para ordenar o interpretar dichos hallazgos.

Por género se entiende una serie de atributos y funciones que van más allá de lo biológico-reproductivo, contruidos social y culturalmente y que son adjudicados a los sexos para justificar diferencias y relaciones de poder entre los mismos. El género ha sido definido también como aquellas características socialmente contruidas que definen y relacionan los ámbitos del ser y del quehacer femeninos y masculinos dentro de contextos específicos. Se le identifica como la red de símbolos culturales, conceptos normativos, patrones institucionales y elementos de identidad subjetiva que, a través de un proceso de construcción social, diferencia los sexos y al mismo tiempo los articula dentro de relaciones de poder. (Álvarez Suárez, M, s/f, p.2)

En el caso de Cuba, la categoría género no fue impuesta desde fuera sino asimilada y adaptada a las condiciones de la nación, a partir de una práctica revolucionaria que desde 1959 tuvo en cuenta a las mujeres, no sólo para mejorar sus condiciones de vida sino para mejorar también su posición en la sociedad.

De ahí, que desde el propio Triunfo de la Revolución se ha apostado por transversalizar el término en todas las conquistas sociales. Ejemplo de ellos, en 1965 con la despenalización del aborto hasta hace muy poco con la aprobación del Programa del Adelanto de la Mujer y el Decreto 96 “Protocolo de actuación ante situaciones de discriminación y situaciones de acoso en el ámbito laboral”.

1.2. Género y Comunicación

Las investigaciones académicas anglosajonas de inicio de la década de los 70 fueron las que dieron los primeros pasos en los estudios sobre las imágenes de las mujeres y hombres contruidas por los medios de comunicación, en conjunto

con la preocupación de las mujeres y las asociaciones femeninas por las representaciones mediáticas. Esas investigaciones sirvieron de estímulo para la reflexión y activismo de los grupos feministas, aun cuando sus resultados no llegaron al amplio público.

Los primeros temas sobre género y comunicación incorporaron la representación femenina estereotipada en los medios y sus efectos en las audiencias. La representación de la mujer como esposa, madre, ama de casa, objeto sexual, se objetiva a partir de la explotación del análisis de contenido como principal instrumento de investigación en materia de género y comunicación. (Cid, O., 2020, p.20)

La Teoría de Género y la de Comunicación se articulan desde un enfoque interdisciplinario, esto permite que sean analizados los procesos socioculturales de construcción de lo femenino y lo masculino. Con el fin de establecer la relación existente entre esas dos teorías, Moya Richard (2010) en su tesis doctoral destaca como han ido ocupando un espacio en las Ciencias sociales, lo que se debe a que sus respectivos objetos de estudio han ganado protagonismo en el ámbito contemporáneo.

En el caso de la Comunicación, por la necesidad de comprender la producción, distribución y recepción del conocimiento y la información que se producen en el ámbito mediático, que en apenas cien años ha multiplicado sus soportes y lenguajes hasta hablarse hoy de una Sociedad de la Información, y en el de la Teoría de Género, por la urgencia de entender la manera en que se estructuran y sostienen las relaciones entre los individuos sexuados. (Moya Richard, I., 2010, p.15)

Como eje central de los fundamentos teóricos en el presente estudio, se asume la siguiente definición sobre la Teoría de Género: “proceso sociocultural y subjetivo que 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” (Moya Richard, 2010, p. 20).

Con lo anteriormente expresado, se confirma que ambas teorías se forman desde dos saberes que pretenden analizar la construcción social de sentido y que se interrelacionan en los ámbitos de lo simbólico.

La presente investigación se adscribe, en cuanto a la Teoría de la Comunicación se refiere, a dichos postulados teóricos que analizan los procesos devenidos como práctica cultural, en espacios de producción y negociación de información condicionada. Pero, al unísono, esos espacios son condicionantes de procesos y contextos socioculturales y del día a día (Moya Richard, 2010).

Esa relación, marcada por el carácter interdisciplinario de ambas teorías, que permite transversalizarse en otras áreas, puede encontrarse en el ámbito simbólico entre el discurso mediático y el sujeto, a partir de lo que se considera masculino y femenino, y en su posterior representación social y mediática de ser hombre o mujer. (Gómez Guerra, L. 2017, p.34).

En las revisiones bibliográficas, se constató que, en las últimas décadas, quienes han dedicado horas a investigar coinciden que en sendas teorías hay un marcado carácter interdisciplinario y permiten enriquecer su aparato conceptual e instrumental al cruzarse con otras áreas del conocimiento.

Epistemológicamente considero que se imbrica con la Teoría de Género porque ambas se sostienen en los mismos paradigmas teóricos-críticos y culturales, (...) y han bebido del materialismo dialéctico, la antropología, la sociología, la psicología y la lingüística en la conformación de su propio corpus. Coinciden también en que se enmarcan dentro de los saberes que estudian el comportamiento humano y, en particular se detienen en los expresivos más que en los ejecutivos. (Moya Richard, I. 2010, p.23)

Uno de los puntos de encuentro de las teorías de Género y de Comunicación es que detienen sus estudios en el comportamiento humano, y en las construcciones de sentido con sus representaciones contextualizadas, según las interacciones sociales. Para eso, son indispensables métodos e instrumentos de la metodología cualitativa.

La relación entre la realidad mediática y la vivenciada resultan primordiales para esta investigación. La misma permite entender la conformación desde los medios de los elementos que distinguen lo femenino y masculino, como resultado de lo que conciben y asumen como género quienes protagonizan el proceso comunicativo, a partir de la reproducción del pensamiento dominante en cada contexto específico.

Una mirada atenta al proceso de producción (especialmente orientado hacia cuestiones de género) ha de servir para poner de manifiesto la existencia de mecanismos de estereotipificación de género en sus procesos productivos. Ello se debe a que toda producción mediática, incluidas las que provienen de medios no tradicionales como las redes sociales, plataformas digitales, publicaciones digitales, etc. puede verse como un proceso de codificación de sentido que tiene carácter coral en las redacciones de los medios.

Por esa razón, Gómez Guerra (2017) establece que la comunicación masiva constituye un constructo de las subjetividades; y, a la vez, expresión sociocultural e ideológica de ese poder hegemónico que busca todas las vías posibles para perpetuarse. Por otro lado, el género es elemento constitutivo de relaciones sociales. Al analizar ambas consideraciones, se asume que los procesos comunicacionales contribuyen a la inculcación de ideologías, modos de actuación, mitos, estereotipos, roles y diversas estructuras psicosociales, asentados en la supremacía de lo masculino sobre lo femenino.

La sociolingüista norteamericana Eckert (2000) lo fundamenta a través de las relaciones de poder por razones de género:

Mientras las relaciones de poder entre hombres y mujeres son similares a esas entre clases y grupos étnicos dominantes y subordinados, el contexto del día a día en el que estas relaciones de poder se desarrollan es muy distinto. Nuestra ideología tradicional de género dicta justamente este tipo de relación entre hombres y mujeres. (Como se citó en Vallejo, 2005, p.91)

Esa “ideología tradicional de género” de la cual habla Eckert, se reproduce, por inculcación y formación sociocultural, a través de la ideología patriarcal. En ese sentido los Estudios de género contribuyen al cuestionamiento de esas estructuras sociales y culturales provenientes del patriarcado, responsables de los distintos roles atribuibles a hombres y mujeres, y de las diferentes posiciones que ocupan en la sociedad.

Los estudios de género han demostrado desde el punto de vista de las ideologías y los contextos, cómo lo sociocultural es trascendental a la hora de evaluar o devaluar la construcción de diferencias entre mujeres y hombres a través del tiempo. Es por esto que develan el carácter constructivo del género como fenómeno histórico-social.

1.3. La radio

La radio, como el resto de los medios de prensa, tiene el encargo social de publicar los acontecimientos que, teniendo en cuenta la agenda pública, sean de interés para su audiencia, y de esa forma acercarse a sus entornos. La Doctora en Ciencias de la Comunicación Ana Teresa Badía (2015) afirma que no hay dudas de que la radio es la marca del tiempo. Ahora la radio cambió. Y no es sólo digital, sino también online. Esos soportes, permiten romper con la sincronía de la audición radiofónica y con el carácter perecedero del medio. El oyente puede escuchar lo que desee en diferido y sin estar sometido a su linealidad. En definitiva, es una recepción que le concede más libertad y favorece la personalización, una de las tendencias del periodismo del siglo XXI.

La información que brindan los medios masivos es construida de modo planificado e intencionado, con la finalidad de crear un estado de opinión acerca de un asunto o tema concreto. En este sentido Blanco, A. (2001) dijo que la efectividad de su papel socializador se puede establecer en dos direcciones, tanto a nivel individual (mediante los procesos que se generan en la actividad cognoscitiva del sujeto, expresados en los conocimientos obtenidos, las convicciones y actitudes que se adoptan y que se traducirán en conductas y modos de actuación) como a nivel

social (mediante la conformación de una tendencia social que se genera a partir de los grupos más pequeños, es decir, familia, colectivos laborales, comunidades, etc.) y se extiende en la forma de "opinión pública".

Particularmente, la radio constituye el medio de difusión de mayor alcance cultural. En el artículo *La radio en transición*, el periodista Benjamín Fernández (2002) explica que una de las características centrales de los tiempos actuales es que la radio, como medio de comunicación, debe intentar que se comprenda la complejidad de los cambios en la sociedad actual y al mismo tiempo encontrar formas nuevas que atraigan la atención de los oyentes. Sería absurdo no percatarse del reto ante las ventajas de los medios audiovisuales, sin embargo, la radio poco a poco se ha ido readaptando para no perder el vínculo con una audiencia que descubrió su compañía segura e inmediata.

Con el paso de los años, este medio ha desarrollado un discurso propio que posibilita la comprensión de los mensajes a través de un diálogo mucho más personalizado. Sin negar la singularidad de cada medio de comunicación, es evidente que ninguno ha penetrado tanto en la gente como la radio.

1.4. El discurso radiofónico

El término discurso se ha convertido en una palabra que traspasa fronteras disciplinarias. No se puede centrar en un ámbito específico, y su alusión puede servir para explicar fenómenos sumamente amplios.

El teórico Teun Van Dijk interpreta el discurso como un evento comunicativo completo, ya sea oral o escrito, en una situación social, pero que: "no es solo un conjunto de oraciones sino una secuencia ordenada, con restricciones convencionales sobre los posibles ordenamientos para que sea significativa y para que represente ciertas estructuras de los hechos". (Van Dijk, s/f)

Mientras que para Norman Fairclough y Ruth Wodak es "un proceso de interacción que incluye, además del texto, el proceso de producción del cual el texto es un

producto y el proceso de interpretación del cual el texto es un recurso” (citado por Sánchez, 2008, p.37).

Su dimensión fundamental es ser un fenómeno práctico, social y cultural. Los gestores del lenguaje que emplean el discurso realizan actos sociales y participan en la interacción social. La interacción social a su vez, está enmarcada en diversos contextos sociales en una situación social, que tiene un escenario y participantes que desempeñan distintos roles y determinan unas acciones.

De esa manera, el discurso va a constituir una interacción social, situada en un contexto específico, donde los participantes, miembros de grupos y culturas determinadas, comparten normas, códigos y conocimientos. Por ello, para Greimas (2000) el discurso será el lugar donde el sujeto construye el mundo como objeto y se construye a sí mismo, es el espacio donde se produce la interiorización de la exterioridad y la exteriorización de la interioridad.

Al estudiar las relaciones entre discurso y sociedad, Van Dijk enumera tres áreas o dimensiones existentes: el uso del lenguaje, la comunicación de creencias (cognición) y la interacción social. Para el investigador, las estructuras sociales condicionan la producción, la construcción y la comprensión del discurso.

Teniendo en cuenta entonces que el discurso es un proceso, se asume que “es un fenómeno práctico, social y cultural, pues los individuos implicados en el acto comunicativo, al producir el discurso en situaciones sociales determinadas, exhiben activamente los roles e identidades de los grupos que forman” (Van Dijk, 1997.)

El discurso radiofónico tiene características, devenidas de las peculiaridades narrativas que el soporte exige y de la naturaleza de los elementos con los que se trabaja. Para hacer un mejor uso de los elementos del lenguaje radiofónico en el discurso, es fundamental tener en cuenta algunas categorías de análisis indispensables para el análisis del mismo.

Existe gran diversidad en los estilos estructurales narrativos, pero a pesar de ello, sigue funcionando como esquema base de la transmisión correcta y ordenada de la información, la fórmula Presentación-Desarrollo-Conclusión. “En este caso, los recursos de la narrativa radial la mejoran, hacen hincapié en los datos e hilvanan armónicamente los contenidos” (Soler Más, Rosales Vicente, y Rojas, 2019, p. 166).

El tema central del que se habla en el producto comunicativo se entiende como tema general. Definir cuáles serán los temas seleccionados para el análisis constituye un paso muy importante pues conforma la agenda mediática. La manera de enfocar un tema es un indicador de gran relevancia en la construcción del discurso radiofónico.

La radio cuenta con un código expresivo propio, definido por Balsebre (1994) donde confluyen la palabra hablada, la música, los efectos sonoros y el silencio. Es por ello que los estudiosos del medio clasifican el mensaje que se ofrece a través del discurso periodístico radiofónico según tres sistemas sonoros bien diferenciados:

- El proceso secuencial del discurso hablado, basado en símbolos acústicos, los objetos sonoros de la fonética.

- Los sistemas acústicos, que reproducen una imagen concreta del desarrollo sonoro de un acontecimiento, dentro de los cuales se incluyen los efectos sonoros y el silencio, entendido como recurso expresivo.

- La música, que se presenta como un caso particular de comunicación no figurativa, constituida por elementos abstractos.

En la presente investigación se asume como discurso radiofónico, el concepto dado por Badía Valdés:

una sucesión ordenada, continua, y sintagmática de contornos sonoros y no sonoros de la realidad; representado por los sistemas expresivos de la voz como soporte material de la palabra, la música, los efectos sonoros y el

silencio, los cuales están en permanente relación con el contexto como estructura que involucra todas las propiedades o atributos de la situación social relevantes en la producción y comprensión discursivas. (2010, p. 27)

1.5. El discurso radiofónico con perspectiva de género

A juicio de la investigadora Lagarde (1997), la perspectiva de género está basada en la teoría de género e inscrita en los paradigmas teórico histórico-crítico y en el cultural del feminismo, es: “una visión científica, analítica y política creada desde el feminismo que permite analizar las complejas y diversas relaciones sociales, políticas y culturales que se dan entre ambos géneros” (p. 39).

La autora también destaca la influencia que tienen las instituciones en la visión que cada persona pueda tener sobre el género, pues cada institución y sus formaciones culturales, lenguajes, mitos, costumbres, filosofías, ideologías, valores, creencias, inciden con políticas de género en hombres y mujeres en la sociedad.

Algunos investigadores cubanos defienden la necesidad de asumir la perspectiva de género en los procesos sociales y comunicativos como, por ejemplo:

En una visión crítica, explicativa y alternativa a lo que acontece en el orden de género; es una visión científica, analítica y política. Ella permite analizar y comprender las características que definen a las mujeres y los hombres de manera específica, así como sus semejanzas y diferencias. (Vasallo Barrueta, 2014)

Otra mirada de interés se encuentra en los postulados de Moya Richard (2015) donde expresa que

lo que significa deconstruir los procesos de producción, distribución y consumo de productos comunicativos revelando las formas en que se reproduce el poder patriarcal en las ideologías profesionales, las rutinas productivas, el propio discurso mediático y las prácticas perceptivas de las audiencias. (p. 7)

Los medios de comunicación constituyen un tipo de discurso que ha desarrollado, desde sus orígenes, la capacidad de producir y reproducir ideologías capaces de expresar las relaciones de producción de cada formación social para así forjar un consenso alrededor de diversos temas. Este proceso de reproducción de ideologías está a su vez, mediado por factores que continuamente intervienen en la configuración de los discursos y expresan la relación entre la producción social de sentido y el poder.

Al asumir que el género es un producto sociocultural, se puede decir que cada persona lo construye según su forma de actuar social y culturalmente, de acuerdo con lo que aprende sobre lo que es adecuado para cada sexo y de acuerdo con los saberes aprendidos. Los discursos de cada quien reflejan los rasgos de género que ha construido.

Moya Richard (2015) insiste en la necesidad de abordar el proceso general de construcción de la agenda de un medio de prensa. “Opino que es necesario dotar de significación informativa a cómo las vivencias, experiencias, acontecimientos y hechos relacionados con las mujeres, los hombres y la sociedad están signados por la construcción social de género” (Ídem).

The Women Institute for Freedom of the Press (WIFP) propone una serie de recomendaciones para incluir la perspectiva de género en los medios:

- Colocar a las mujeres como protagonistas de la información y también como fuentes.
- Situar los problemas de las mujeres en la agenda pública y mediática.
- Rechazar cualquier tipo de expresión que perpetúe la violencia ya sea sexista o relacionada con otros protagonistas.
- Entender que no puede reclamarse una objetividad que está puesta en entredicho desde el momento en que existe desigualdad. La perspectiva de género permite reclamar la igualdad por lo que tiene un evidente potencial político,

que se concreta en la búsqueda del cambio social para lograr una sociedad más justa.

- Romper los estereotipos y neutralizar las imágenes negativas que se ofrecen proponiendo nuevos símbolos más positivos sobre lo masculino y lo femenino. (“Buenas prácticas periodísticas desde la perspectiva de género”, 2007)

Repensar el discurso radiofónico, remite a una radio más inclusiva, que refleje la cultura, tradiciones, realidades del contexto, desde una posición problematizadora y a la vez, pueda responder a los intereses de su audiencia.

1.6. Programa de orientación

De acuerdo con el Manual metodológico de la programación radiofónica cubana, los programas de radio pueden tener varias funciones, aunque una de ellas sea la que predomine. Las funciones pueden ser informativa, educativa, recreativa, de orientación, divulgativa y cultural, según los públicos a quienes se dirija el mensaje y a los elementos formales y de contenido que conformen los espacios.

En la integralidad de su programación la Radio Cubana considera como programa radial de orientación al espacio que favorece la creación, o la reafirmación, en las audiencias, de un sistema de valores, actitudes y modelos de conducta positivos en consecuencia con los principios de la sociedad, preservándolos y fortaleciéndolos. Logra, además, llevar a la conciencia del ser humano patrones de conducta, hábitos y costumbres.

Este tipo de programa radial está destinado a diferentes públicos o grupos etarios y puede contribuir a la transformación de modos de actuación y al aprendizaje sobre la base de temáticas novedosas, o poco tratadas dentro de los contenidos que se aborden.

Los espacios con función de orientación dentro de la Radio construyen o deconstruyen modelos y la participación de quienes escriben y dirigen es fundamental, toda vez que asumen precisamente el papel de orientadores.

En entrevista realizada a Erick Rodríguez Hernández (2022), director de programas radiales, guionista, asesor y locutor, así como profesor de la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Sancti Spíritus José Martí Pérez, el mismo expresa que:

frente a los continuos cambios sociales y tecnológicos a los que se ve sometida la sociedad contemporánea y que afectan de manera particular a las audiencias, el programa de orientación se debe encaminar a apoyar la incorporación de estrategias y acciones que permitan comprender, orientar y dar respuesta a demandas de conocimientos mediante nuevos estilos de comunicación y uso de los avances tecnológicos, parte ya del entorno cultural de las audiencias. (Entrevistado, 2023)

Mientras que Gloria Ibarrollín Garabito (2022), directora de programas radiales y especialista principal del Grupo de monitoreo de Radio Sancti Spíritus, expresó en una entrevista que algunos de los elementos comunes que caracterizan a los programas radiales con función de orientación dentro de la Radio Cubana son:

- Su necesidad dentro de la parrilla de programación de cualquier tipo de emisora.
- Abarcan contenidos generales y específicos según el destinatario a quien se dirige el espacio.
- Pueden responder a diferentes grupos de programas según la clasificación descrita en el Manual Metodológico de la Programación Radiofónica.
- Favorecen la creación, o la reafirmación en el hombre de un sistema de valores, actitudes y modelos de conducta positivos en consecuencia con los principios de la sociedad, preservándolos y fortaleciéndolos.
- Logran, además, llevar a la conciencia del ser humano patrones de conducta, hábitos y costumbres.

En los programas con función de orientación se puede abordar todo tipo de temáticas. Ello depende del destinatario, los intereses de la audiencia y las prioridades de la política editorial. Este tipo de programa radial puede estar

destinado a diferentes públicos o grupos etarios, por ejemplo, se pueden hacer programas con función de orientación para niños de diferentes edades, para adolescentes, jóvenes, para la familia, la mujer, para campesinos, personas de la tercera edad y el público general. “Los programas con función de orientación tienen como objetivo general reafirmar, fortalecer, concientizar valores para modificar modos de actuación, hábitos, conductas, costumbres en los diferentes públicos” (Ídem).

Si la perspectiva de género permite enfocar, analizar y comprender las características que definen a mujeres y hombres, social y culturalmente de manera específica, así como sus semejanzas y diferencias resulta imprescindible que los programas de ese tipo la asuman para incidir como medio de comunicación en la construcción de una sociedad más justas.

1.7. Programa En familia

En familia es un programa de orientación a la familia que se transmite de lunes a viernes en el horario comprendido entre la 01:30 pm – 13:58 pm. Comenzó a transmitirse el 6 de septiembre del 2010. Es un programa que se transmite en vivo. Su objetivo principal es estimular el bienestar y el desarrollo social de la mujer y la familia a través del tratamiento de variados temas.

A dos voces, los locutores escenifican diariamente situaciones basadas en el tema central que se le presenta a la familia fuera y dentro del hogar. Ello sirve de introducción al programa. Incluye géneros periodísticos como la entrevista en las distintas emisiones del espacio. Utiliza autopromociones, propaganda y otros recursos del lenguaje radial. Este programa aborda todos los temas que pueden resultar de interés a la familia.

Se utilizan tres entrevistas a la semana que son empleadas a selección del director según temática de interés.

Cuenta cada día con la comparecencia de un especialista, para esclarecer dudas o responder a las preguntas que los oyentes hacen a través de la vía telefónica.

Los temas se distribuyen de la siguiente manera:

Lunes: vivienda, bufete, neonatología, pediatría.

Martes: Medicina Interna.

Miércoles: cocina, neumología.

Jueves: medicina natural, veterinaria.

Viernes: psicología.

Estas especialidades se alternan durante las emisiones del mes.

1.8. Plan de acciones, una necesidad para el cambio

El plan de acción es una herramienta de planificación empleada para la gestión y control de tareas, funciona como una hoja de ruta que establece la manera en que se organizará, orientará e implementará el conjunto de tareas necesarias para la consecución de objetivos y metas del grupo.

Dentro de una institución, distintos departamentos y áreas pueden estar involucrados en un mismo plan de acción. Este establece quienes serán los responsables que se encargarán de su cumplimiento en forma y tiempo. Un plan de acción por lo general también incluye algún método o mecanismo de seguimiento y control, para que los responsables puedan analizar si las acciones siguen el camino correcto.

El plan de acción es una herramienta que, mediante una correcta definición de metas y objetivos, facilita llevar a cabo los fines planteados por una organización.

Según Kroeger (1989) Un plan de acción es un tipo de plan que prioriza las iniciativas más importantes para cumplir con ciertos objetivos y metas. De esta manera, un plan de acción se constituye como una especie de guía que brinda un marco o una estructura a la hora de llevar a cabo un proyecto.

El plan de acción exige de:

- Qué se quiere alcanzar (objetivo)

- Cuánto se quiere lograr (cantidad y calidad)
- Cuándo se quiere lograr (en cuánto tiempo)
- En dónde se quiere realizar el programa (lugar)
- Con quién y con qué se desea lograrlo (personal, recursos financieros)
- Cómo saber si se está alcanzando el objetivo (evaluando el proceso)
- Cómo determinar si se logró el objetivo (evaluación de resultados)

Más importante que la clasificación es que no se puede olvidar cómo y dónde se implementará. Además, tiene que elaborarse y presentarse para ser comprendido de forma general.

De forma general, según los postulados de la teoría descrita con anterioridad, el plan de acciones propuesto en este estudio apostará por sensibilizar y educar a quienes protagonizan la gestión de contenidos del programa *En familia* para que el discurso del mismo asuma la perspectiva de género.

Es así que en busca de responder al primer elemento que según los teóricos se precisa para elaborar un plan de acciones se realizó un diagnóstico desde la perspectiva de género en dicho espacio de Radio Sancti Spíritus durante las semanas en que se registran las efemérides del 14 de febrero (Día del Amor), 8 de marzo (Día Internacional de la Mujer), 15 de mayo (Día Internacional de la Familia y justamente en ese mismo periodo fue por primera vez Sancti Spíritus sede nacional de la Jornada cubana contra la homofobia y transfobia).

CAPÍTULO II. RUTA METODOLÓGICA Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Con el objetivo de lograr que el discurso radiofónico del programa *En familia* de Radio Sancti Spíritus se genere desde la perspectiva, a partir de la propuesta de un plan de acciones se hizo este estudio.

Para ello, se partió del diagnóstico y la aplicación de herramientas metodológicas en las emisiones del programa en las semanas en que se registran las efemérides del 14 de febrero (Día del Amor), 8 de marzo (Día Internacional de la Mujer), 15 de mayo (Día Internacional de la Familia y justamente en esa semana tuvo lugar por primera vez en Sancti Spíritus la Jornada cubana contra la homofobia y transfobia), ya que propicia un mejor y más intenso acercamiento a la agenda editorial del programa y, por tanto, debe existir un tratamiento más visible a contenidos relacionados con el género. Fueron un total de 15 programas e igual número de guiones. (VER ANEXO 1)

El acceso al campo se posibilitó a partir del consentimiento informado a la máxima dirección del medio de prensa para realizar la investigación. Se tuvo acceso a todo el colectivo del espacio analizado. En todos los casos colaboraron con el feliz término de la presente investigación.

La selección del programa *En familia* de Radio Sancti Spíritus responde a que es un programa de orientación de frecuencia diaria. Asimismo, es indispensable tomar como muestra un programa con tales características en la emisora provincial para que se tome como ejemplo respecto de las demás radioemisoras. En la selección de la muestra del estudio se empleó un muestreo no probabilístico intencional, ya que el estudio depende, no ya de la representatividad de elementos de una población, sino de una selección de programas que aborden problemáticas, asuntos, representaciones sociales de género o hechos relacionados con lo femenino y lo masculino. El objetivo de su selección es la riqueza, profundidad y calidad de la información, no la cantidad y la estandarización.

La investigación, esencialmente descriptiva, se sustenta en una metodología cualitativa. Es un estudio de caso único que emplea el análisis del discurso oral y escrito.

“El estudio de caso es una herramienta valiosa de investigación, y su mayor fortaleza radica en que a través del mismo se mide y registra la conducta de las personas involucradas en el fenómeno estudiado” (Yin, 1989, p.165).

Además, “Los datos pueden ser obtenidos desde una variedad de fuentes, esto es, documentos, registros de archivos, entrevistas directas, observación directa, observación de los participantes e instalaciones u objetos físicos” (Chetty, 1996, p.67).

Por otra parte, Yin (1994), citado en Chetty (1996) argumenta que “ha sido una forma esencial de investigación en las ciencias sociales y en la dirección de empresas, así como en las áreas de educación, políticas de la juventud y desarrollo de la niñez” (p.166).

Utiliza como sostén principal el análisis del discurso ya que permite analizar la impronta y el significado contextual de los mensajes y se relaciona con un conjunto de estrategias de interpretación que resultan de gran valor en momentos actuales, caracterizados por una alta producción de información documental en todo tipo de entorno. (VER ANEXO 2)

El estudio del discurso posibilita lograr un nivel de interpretación más profundo que en los enunciados textuales para descubrir al final del recorrido textual al sujeto de la enunciación. Así, el discurso constituye el lugar donde el sujeto construye el mundo como objeto y se construye a sí mismo (Pino Reina, 2014).

Igualmente, resultó esencial la revisión bibliográfico-documental ya que proporcionó un referente para interpretar los resultados que arrojó el estudio y su empleo constituyó la base fundamental para comprender cómo se gestan los contenidos de *En familia*.

Por su parte, la observación participante se empleó con el propósito de conocer y comprender el escenario donde tuvo lugar la investigación, así como a sus miembros y las relaciones que se establecen entre los mismos. Se tomó notas de todo lo ocurrido durante el proceso de producción del programa. Fue determinante la integración de esta investigadora con los contenidos del programa radial, con el propósito de lograr un acercamiento al punto de vista de los sujetos y a su percepción de la realidad estudiada en profundidad, conocer además sus propias reacciones, intenciones y motivos, (Alonso y Saladrigas, 2000). El registro de lo observado (VER ANEXO 3) se realizó por medio de las notas de campo, unido a grabaciones de audio.

También, se aplicó la entrevista semiestructurada a 10 personas (directora, locutor, realizador de sonidos y guionistas de los materiales analizados). Con las entrevistas realizadas se comprendieron los preceptos manejados a la hora de concebir los materiales. (VER ANEXOS 4, 5, 6)

Por último, la triangulación de datos permitió que a través de la integración y contraste de todos los datos disponibles se utilizara el método empírico y las técnicas que posibilitaron la recogida de información. Además, mediante su empleo esta investigadora obtuvo una visión global, detallada y exhaustiva sobre la problemática en estudio (Rodríguez et al., 1996).

Para el análisis se fue construyendo como categoría de análisis y subcategorías como ejes básicos para el trabajo de recogida de información, las que emergen de la experiencia investigativa de la autora y de la revisión bibliográfica exhaustiva. La misma es discurso radiofónico con perspectiva de género.

Para llegar a su concepto se partió de las formulaciones sobre discurso radial, de Balsebre, 1994, citado por Camacho, 1999 y de perspectiva de género expuestas por Benhabib y Cornel, (1990).

El conjunto de formas sonoras y no sonoras representados por el sistema expresivo de la palabra, la música, los efectos sonoros y le silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnicos-expresivos de la reproducción sonora. (Balsebre, 1994, citado por Camacho, 1999, p.33)

Desde esa perspectiva se analizan las posibilidades vitales de unas y otros, el sentido de sus vidas, sus expectativas y oportunidades, las complejas y diversas relaciones sociales que se dan entre ambos géneros; también los conflictos institucionales y cotidianos que deben encarar, y las múltiples maneras en que lo hacen. (Benhabib y Cornel, 1990, p. 22)

Por tanto, se asume en esta investigación **discurso radiofónico con perspectiva de género** como el discurso construido por los recursos propios del medio: voz, música, efectos de sonido e interacción con las audiencias que transversaliza la agenda género en la gestión de contenidos de los programas.

Operacionalización:

Dimensiones:

1. Agenda temática:

1.1 educación.

1.2 cultura.

1.3 salud.

1.4 medio ambiente.

1.5 ciencia y técnica.

1.6 temas sociales.

2. Temática de la agenda de género:

2.1 salud sexual y reproductiva.

2.2 violencia de género.

2.3 roles masculinos y femeninos tradicionales.

2.4 acceso a toma de decisiones.

2.5 roles masculinos y femeninos emergentes.

2.6 relaciones de pareja.

3. Enfoque:

3.1 problémico.

3.2 apologético.

3.3 denuncia.

4. Enfoque de género:

4.1 lo usa.

4.2 no lo usa.

5. Fuentes por sexo:

5.1 institucional.

5.2 un actor social.

5.3 la propia redacción.

5.4 son mujeres o provienen de organizaciones de mujeres.

6. Protagonistas del programa:

6.1 sexo.

6.2 estado civil.

6.3 color de la piel.

6.4 origen o situación geográfica.

6.5 grupo etario y profesión.

6.6 Tipo de protagonismo:

6.6.1 independiente.

6.6.2 dependiente.

6.6.3 se refieren a sus habilidades intelectuales.

6.6.4 referidas a su fuerza.

7. Roles:

7.1 víctima.

7.2 sobreviviente.

7.3 transgresora/o.

7.4 homofobia.

7.5 transfobia.

8. Estereotipos:

8.1 Implícitos.

8.2 Explícitos.

8.3 No hay estereotipos.

8.4 Atributos en el caso de las mujeres.

8.4.1 protagonismo independiente.

8.4.2 referencia al físico.

8.4.3 referencia a las habilidades intelectuales.

8.4.4 referencia al vestuario.

8.4.5 objeto sexual.

8.4.6 le asocian características tradicionales de las mujeres.

8.4.7 se muestran en relación con los hombres: Inferiores, superiores, al mismo nivel.

8.5 Atributos en el caso de los hombres.

8.5.1 desafío al peligro.

8.5.2 búsqueda de aventura.

8.5.3 control.

8.5.4 homofobia.

8.5.5 posición de poder.

8.5.6 virilidad por la cultura falocéntrica.

8.5.7 confianza en sí mismo.

8.5.8 competencia.

8.5.9 le asocian características tradicionales de los hombres.

8.5.10 se muestran en relación con las mujeres: Inferiores, superiores, al mismo nivel.

9. Lenguaje sexista:

9.1 masculino como sinónimo de humanidad.

9.2 adjetivo peyorativos para referirse a las mujeres.

9.3 diminutivo al referirse a las mujeres.

9.4 otras características invisibilizadoras del femenino.

10. Recursos expresivos:

10.1 Pronombres.

10.2 Sustantivos.

11. Elaboración del producto:

11.1 Realización (música, entrevistas, disertación, comentarios de locutores fuera del guion, dramatizado).

11.2 Presencia de especialistas o expertos en el tema.

11.3 Presentación del tema, desarrollo, clímax y punto de vista.

11.4 Despedida.

11.5 Lenguaje sonoro.

11.5.1 Locución y actores del dramatizados.

11.5.1.1 tono.

11.5.1.2 ritmo.

11.5.1.3 inflexión.

11.5.2 Sonorización del programa.

11.5.2.1 Música.

11.5.2.2 Autopromociones y propaganda.

2.1. En familia, un análisis desde la perspectiva de género.

2.1.1. Agenda temática

En la muestra seleccionada para la presente investigación, de 15 programas analizados, ocho abordan temas de salud, tres tratan sobre temas de psicología, tres sobre cocina y solo uno está dirigido a la educación.

De forma general, se reconoce que no se asume la perspectiva de género, pues en sus discursos se perpetúan estereotipos y se legitiman actitudes machistas. Incluso, la selección de la muestra no probabilística de tipo intencional escogió semanas, donde por las efemérides resulta frecuente que se inserte como mínimo la temática de género. Ni tan siquiera en eso coincide este producto radial.

El programa del día 8 de marzo (Día Internacional de la mujer) está dedicado a ofrecer recetas de cocina a todas como se evidencia en el guion: "**13LOC1**: Familia, este 8 de marzo nos proponemos agasajar a las mujeres en su día mediante diferentes recetas, deliciosas y muy saludables." "**79LOC1**: Este Día Internacional de la Mujer hemos querido celebrarlo entre sabores y aromas para obsequiarle exquisitas preparaciones". De esta forma, se perpetúa la cocina como el espacio íntimo de la mujer.

También brindan consejos sobre cómo lucir bonita y arreglada, tips para el cuidado del cutis. Igualmente, se reafirma el pensamiento que una mujer sola no es feliz o no se siente completa, lo que se pone de manifiesto en el programa del 14 de febrero mediante el siguiente dramatizado:

6LOC2: ¿Y tú crees que tenga solución lo de Sandra?

7LOC1: Claro que tiene solución, Jorge.

8LOC2: ¿Me dices?

9LOC1: Sandra está muy sola luego de la muerte de sus padres. Vive trabajando y sin procurarse tiempo para nada más. No me extraña que se sientas una cosa hoy y otra mañana. Ahora encima esas crisis de pánico.

10LOC2: Eso sí es cierto. Pero a ver ¿Qué solución tú propones?

11LOC1: ¿No has escuchado que el amor es la única cura para todos los males?

12LOC2: O sea, ¿qué piensas que todos sus malestares desaparecerán...con un poco de amor?

Para comprender el porqué de la selección de los temas del programa se indagó en el colectivo. En las entrevistas se conoció que la agenda temática responde a la agenda temática que envía la máxima dirección de la Radio cubana y no existe interés alguno por parte de la Emisora ni la directora del programa de modificarla, en aras de que responda a la agenda de género. Existe una opinión generalizada en los entrevistados sobre qué es para ellos la perspectiva de género: "igualdad entre hombres y mujeres".

Se constató además que el colectivo del programa no ha recibido ningún tipo de superación sobre el tema y refieren que no tienen conocimientos de que haya sido de interés para el centro brindar capacitaciones sobre las temáticas de género. Por tanto, no les llama la atención la ausencia de la agenda de género y, perpetúan de forma natural los roles tradicionales de la mujer.

2.1.2. Temática de la agenda de género

Al hacer el análisis de la muestra seleccionada se puede apreciar que no existe una sola emisión dentro de los 15 programas analizados que responda a temáticas de la agenda de género. Aun así, se pueden encontrar algunos

elementos que pudieran considerarse parte de la misma lo que se evidencia en el dramatizado del programa del 15 de febrero:

6LOC2: ¿Y qué prepararás para esta noche, mi vida?

7LOC1: Qué prepararemos, querrás decir...porque me vas a ayudar: un pollo asado a la criolla, para empezar.

8LOC2: Eso... ¿no es muy complicado de hacer?

9LOC1: No qué va, cariño...al contrario, es bien sencillo. Ya verás...

10LOC2: ¿Te parece? (TR) Bueno, ya que lo has insinuado, ¿cómo puedo ayudarte?

11LOC1: ¿Cómo? Pues mira, el pollo me lo dejas a mí, (EN TONO DE SÚPLICA CARIÑOSA) pero yo quiero que me prepares ese plato exquisito que sabes que me encanta.

12LOC2: ¿Cuál? ¿Medallones de col?

Aquí se presenta un rol masculino emergente ya que el varón cocina, pero aun así asumen la acción como algo excepcional que el hombre va a regalar a la mujer y no como una actividad cotidiana que puede suceder en la vida diaria. El fragmento: “qué prepararás esta noche, cómo puedo ayudarte” lo legitima.

En cada uno de los programas presentan a la mujer como la responsable de las actividades del hogar, la crianza de los menores de edad y en este tema específicamente se puede poner el ejemplo del dramatizado presentado en el programa del 15 de mayo (Día Internacional de la Familia):

4LOC1: ¡Oye chica que desde que amanece estás peleando!

5LOC2: ¡Bueno es que, desde que amanece todo está regado!

6LOC1: Si, pero, esa manera de tratar al niño no es la adecuada. ¡Cuando crezca y te trate mal, no digas nada!

7LOC2: ¡Ah, porque me vas a quitar la razón ahora!

8LOC1: No, no es eso, yo no te voy a quitar la razón, no es eso, es que se predica con el ejemplo.

9LOC2: ¿Y yo no lo hago?

10LOC1: Créeme que, así como estás actuando, no.

En cada una de las emisiones analizadas se perpetúan los roles masculinos y femeninos tradicionales. La realidad de las mujeres se enfoca desde un punto de vista androcéntrico y sexista.

De forma general, el colectivo tiende a naturalizar estereotipos, roles. No poseen conocimientos sobre el comportamiento histórico de las relaciones femenino masculino. Ello hace más difícil la concreción de un análisis sobre esa problemática social desde cualquier perspectiva.

En cuanto a los especialistas que participan, la mayoría son hombres, al preguntarle al colectivo del programa por qué era esto así, cada uno respondió que no se debe a un patrón específico sino a una casualidad.

2.1.3. Enfoque

Los materiales escogidos muestran que no se reflejan las transformaciones que se vienen sucediendo entre los diversos grupos femeninos de nuestra sociedad. Sugieren una cierta conformidad con lo establecido por décadas y sus discursos contribuyen a legitimar esa construcción social. Igualmente, se evidencia cómo la realidad femenina sigue siendo contada por hombres, y desde su visión androcéntrica del mundo sigue ofreciendo imágenes convencionales que refuerzan los valores dominantes favorecedores de los prejuicios sexistas.

Una simple lectura a los guiones correspondientes a las emisiones de la muestra seleccionada para este estudio de caso evidencia la marcada diferencia entre hombres y mujeres. Ellos forman parte de los mecanismos de construcción y agentes activos en la representación social de lo femenino y lo masculino, los cuales se encuentran en total correspondencia con la hegemonía patriarcal.

A demás en las entrevistas realizadas a quienes realizan el programa se constató que no existe interés alguno en deconstruir la herencia machista y patriarcal que ha imperado desde hace mucho tiempo sino todo lo contrario, desde la directora del programa hasta el realizador de sonidos mantienen una actitud conformista a la hora de hablar sobre estos temas.

En el dramatizado del programa correspondiente al día 16 de febrero se puede ver a la mujer como la que tiene que poner a un lado sus actividades diarias para llevar al perro de la casa al veterinario.

7LOC1: ¿Por fin llevaste a Toby al veterinario? (TR) ¿Dónde está que no salió a recibirme?

8LOC2: El niño lo sacó a orinar. Y sí, hoy por la mañana pedí permiso en el trabajo para llevarlo.

9LOC1: Bueno ¿y entonces? ¿Qué es lo que tiene?

10LOC2: Exactamente no recuerdo el nombre, pero dice el veterinario que tiene que ver con el cambio climático.

11LOC1: ¿Cómo? ¿Con el cambio climático?

12LOC2: Sí. Así mismo. ¿O tú creías que el cambio climático afectaba solo al hombre?

13LOC2: A ver, a ver, explícame eso mejor.

También se pone a la mujer como la responsable de todas las actividades del hogar, la crianza de los menores de edad. Se le da mucho protagonismo a la apariencia física de las mujeres y siempre que se intenta dar una posible solución a problemáticas presentadas, se dirigen a recetas de cocina que puedan ser saludables y que por supuesto elaborará la mujer para el disfrute de toda la familia.

Luego del análisis del discurso radiofónico, se resume que el enfoque predominante es el apologético; ya que no se cuestiona, sino que se aceptan y

perpetúan ideas o posiciones que marcan las diferencias entre ambos sexos. En sentido general, se reafirman los conceptos que legitiman a las mujeres en desventaja con respecto a los hombres.

2.1.4. Enfoque de género

En los programas no se hace un correcto uso del enfoque de género. Lamentablemente, las mayorías de los hacedores del discurso radial reducen el enfoque de género solo al sexismo en el lenguaje o más sencillo: al uso indiscriminado de los morfemas gramaticales para el masculino y femenino.

El lenguaje sexista oculta a las mujeres tras los falsos genéricos. Esa particularidad resulta frecuente evidenciarla en la utilización del masculino para referirse a ambos géneros como, por ejemplo: expertos en salud, los científicos, el que ama, sentirse amado, los poetas, los cantantes, los amigos, entre muchos otros.

En el programa del día 8 de marzo, donde se celebra el Día internacional de la mujer, se puede escuchar un diálogo entre los locutores que está fuera del guion:

ÉL: y en este 8 de marzo Día internacional de la mujer, pues estamos llevándoles una serie de recetas, sobre todo para que los hombres de la familia ya sea el esposo, los hijos y los demás miembros de la familia de la parte masculina pues, un poquito que alivien las labores de la mujer y las homenajeen con una buena receta.

ELLA: Hoy y siempre, no solamente el 8 de marzo, puede ser incluso los fines de semana que las mujeres se dedican a las labores del hogar y el hombre puede apoyar en la cocina.

ÉL: Claro, hacemos énfasis hoy porque es un día especial, pero en realidad debe ser una labor compartida.

La locutora del programa perpetúa ideas y estereotipos que ponen a la mujer como responsable de las actividades del hogar, reafirmando el rol femenino tradicional que le ha otorgado el patriarcado a las mujeres.

2.1.5. Fuentes por sexo

En cada una de las emisiones del programa *En familia* hay un especialista. Al hacer el análisis de la muestra seleccionada se constató que la mayoría son del sexo masculino y al preguntar a la directora del programa el por qué expone que no es algo que se haga con algún propósito, sino que es casualidad.

Cuando los temas a tratar son de una gran sensibilidad son siempre mujeres las entrevistadas. Por ejemplo, para hablar sobre el cáncer infantil utilizan a una pediatra. Históricamente son las mujeres quienes mejor se relacionan con los niños y niñas, son las más indicadas para hablar sobre temas delicados como ciertas enfermedades o padecimientos.

En el programa dedicado a las várices vulvares la entrevistada es una doctora especialista en medicina interna, poniendo otra vez de manifiesto los estereotipos que existen en cuanto a relacionar a las mujeres con la sensibilidad, el dolor. En el imaginario popular se ha construido que con ellas se sentirán más cómodas y no les dará pena realizarse un estudio ginecológico si es una doctora.

Por otro lado, el programa dedicado a las mascotas tiene como invitado a un veterinario, profesión que siempre ha estado asociada a los hombres. También se puede encontrar un máster en ciencias hablando sobre el uso de la medicina verde, algo que ha existido siempre pero que en la actualidad se le ha dado más importancia y se puede decir que es un tema novedoso debido al uso que hoy en día se le otorga y pues es precisamente un hombre quien habla de un tema nuevo y fresco, relegando así a la mujer a los tópicos tradicionales dígame cuidado de los niños y niñas.

Estas fuentes son totalmente institucionales pues son personas de diferentes sectores que acuden al programa, ya sea de forma presencial o mediante llamada

telefónica. Estos especialistas son en su mayoría hombres, fenómeno que, según el colectivo del programa, se da por casualidad, lo que demuestra el nulo interés por diversificar las voces de los invitados.

2.1.6. Protagonistas del programa

El programa *En familia* comienza siempre con un dramatizado donde se presenta el tema de la emisión. Cada uno muestra una familia típica heteronormativa en un espacio privado que es la casa. Siempre se presenta un matrimonio que conversa sobre una problemática determinada. No se especifica la profesión de las y los protagonistas, pero sí muestra a la mujer como la responsable siempre de las labores domésticas y al hombre como proveedor y como la fortaleza del hogar.

8LOC1: ¡Oye! ¡Eso huele de maravilla!

9LOC2: Pues nada del otro mundo, la misma papa.

10LOC1: ¿La papa? No me engañes que ahí hay algo más.

11LOC2: Bueno, le puse mantequilla y vegetales.

12LOC1: ¡Ah! Ya sabía yo.

13LOC2: ¡Te quería sorprender! Pero es que, siempre me descubres.

14LOC1: Porque tú sabes que la papa es mi adoración, de cualquier forma, que me la pongan.

15LOC2: Sí, eso yo lo sé, así que prepárate para disfrutarla en la comida de hoy.

Este fragmento legitima a la esposa en la casa preparando la comida para que esté lista cuando llegue su esposo. En todo momento nos presentan una mujer totalmente dependiente del hombre y nunca se refieren a las habilidades intelectuales que pueda tener la misma.

Estos personajes siempre aparecen en un espacio privado/doméstico, lugar donde se ejercen los mayores ejercicios de poder.

2.1.7. Roles

En todo momento de este programa se puede apreciar el rol masculino y femenino tradicional que ha sido dado históricamente por la sociedad a hombres y mujeres. Se le da un rol de víctima a la mujer pues se perpetúan las ideas patriarcales donde es ella la única responsable del cuidado del hogar, de los menores de edad y adultos mayores.

Son las que deben poner a un lado sus intereses para resolver asuntos domésticos lo que se puede reconocer en el dramatizado del programa correspondiente al 16 de febrero, donde es la mujer quien debe pedir permiso en su trabajo para poder llevar al veterinario a la mascota de la casa.

2.1.8. Estereotipos

Existen muchos estereotipos asociados a las mujeres y hombres. En los programas analizados para la realización de esta investigación se encuentran muchos de ellos. Están desde los que hacen referencia al físico, por ejemplo, en el programa del día 8 de marzo, donde además de brindar recetas de cocina como regalo a la mujer, también brindan varios consejos y tips para el cuidado del cuerpo y la figura física.

52LOC2: A los treinta, es un buen momento para tomar un multivitamínico y sumar a tu dieta alimentos ricos en calcio para mejorar la salud ósea; consulta a tu médico para una mejor asesoría.

53LOC1: También es tiempo de preguntar, ¿qué enfermedades ha padecido mi familia? Realiza un chequeo específico en esas áreas para comenzar a tomar medidas preventivas.

54LOC2: El día a día de las mujeres en esta época es muy demandante y estresante; por ello, incluye en tu agenda diaria algo “especial para ti”.

55LOC1: A los 40, si quieres verte y sentirte bien, éste es un buen momento para comenzar una rutina de ejercicio (si nunca lo has hecho).

56LOC2: En esta década el metabolismo es más lento; incluye en tu alimentación productos ricos en nutrientes, muchos productos frescos, integrales y proteínas bajas en grasa.

57LOC1: Ojo con el tamaño de las porciones, aún en alimentos naturales.

Aquí se encasilla la figura femenina en estereotipos que evidencian su fragilidad, debilidad, belleza. También se refieren como algo muy importante a que la mujer debe maquillarse y también dan algunos consejos sobre esto.

61LOC1: Familia, si eres de las que suelen usar maquillaje y crees que es como pintar una pared: puede cubrir imperfecciones y levantar el ánimo, pero no la mejora, te ofrecemos ahora algunos consejos.

62LOC2: Sí porque, a diferencia de una pared, la tez necesita permanecer suave, húmeda y refrescante.

63LOC1: De manera que, si tu arreglo facial luce sin vida, se cuartea o corta y sientes la epidermis estirada o te escuece, posiblemente tu cutis esté sufriendo cierta pérdida de sus preciosos aceites naturales.

64LOC2: En este caso te recomendamos evitar el exceso de jabón y agua dura.

65LOC1: Cada cierto tiempo, utiliza agua suavizada. Estos ingredientes solucionan mucho, agrégale al agua sola un poquito de bicarbonato de sodio y otro de ácido bórico, para suavizar tu epidermis.

66LOC2: Desmaquíllate con crema siempre que puedas. Aplícatela, déjala trabajar un par de minutos y luego retírala con papel suave o algodón.

67LOC1: Tonifica la piel con loción refrescante, mentolada, o con agua fría.

En estos ejemplos anteriores también se puede ver como se pone a la mujer como un objeto sexual, pues se da mucha importancia a la apariencia física.

Otro ejemplo que legitima estereotipos en cuanto a la belleza en la mujer se puede ver en el programa correspondiente al día 7 de marzo, donde se habla sobre las várices vulvares cuando el locutor expresa:

19LOC2: Familia, más allá de la mera cuestión estética, las várices vulvares pueden llegar a afectar en gran medida la calidad de vida de las mujeres.

Otra vez en este mismo programa se pone de manifiesto el rol femenino tradicional de ama de casa y dueña de la cocina que se le ha impuesto a la mujer durante siglos. En un programa donde se habla de la salud y de várices vulvares, el guion propone una nueva receta de cocina:

29LOC1: En cuanto a las cebollas, por ejemplo, diversas investigaciones indican que su consumo habitual ayuda a quienes tienen problemas de várices, ya que fluidifica la sangre y facilita así la circulación, previene la formación de coágulos y es diurética.

30LOC2: ¿Qué te parece si nos vamos hasta la cocina para elaborar un magnífico y saludable entrante con la cebolla como protagonista? Acompáñanos.

También se trata a la mujer como un objeto sexual cuando se refieren a su condición natural para la reproducción, lo que se muestra claramente en un comentario fuera del guion hecho por el locutor del programa cuando dijo “el tener embarazos en edades muy avanzadas ya es un riesgo. Hay que tratar de no dejar esos embarazos que, a veces por el trabajo, la vida, las situaciones, la mujer lo va dejando y ya luego viene una edad que tiene mayores riesgos en muchos aspectos no solo en este”.

En cada uno de los programas analizados se muestra a la mujer como un ser dependiente del hombre e inferior a este y esto se ve incluso en la concepción del programa cuando a la hora de buscar los especialistas a entrevistar, pues la mayoría son hombres.

Los hombres, por otro lado, se presentan desde una sociedad patriarcal: el proveedor, soporte de la familia y el hogar, quien tiene el control y además se presenta en una posición de poder superior a la mujer.

Los estereotipos de género predominantes en el programa *En familia* refuerzan los roles que son asumidos como “naturales” en la sociedad patriarcal, tanto para

mujeres como para hombres. De forma general, los estereotipos y roles profundizan el comportamiento de hombres y mujeres en todos los espacios sociales; determinan cuáles son las particularidades atribuidas a cada uno de los sexos; así como los límites del ejercicio de la sexualidad. Asimismo, se refuerzan mediante creencias simplificadas sobre los géneros, que pueden estar relacionadas con la apariencia física, la sexualidad y la reproducción, las construcciones sociales de la maternidad y la paternidad, las emociones, y con los supuestos ámbitos de realización para lo femenino y masculino.

En la muestra se pueden encontrar varios estereotipos de manera implícita y explícita. Por ejemplo, el programa dedicado al Día Internacional de la mujer está enfocado en regalar recetas de cocina como reconocimiento al sexo femenino, perpetuando así que el hábitat natural de la mujer es ese espacio privado. También brindan consejos de belleza y tips para mantener un cuerpo bonito y tonificado después de los 40, perpetuando así los estereotipos de belleza y sexualización de la mujer.

En la entrevista realizada a la directora del programa, dijo que “este es un espacio dedicado a la familia y más específicamente a la mujer, pues es esta quien está en la casa a la hora de la salida al aire del programa, porque ella es la encargada de las labores domésticas y es una oportunidad para la mujer pues así no se aburre mientras friega o limpia.”

2.1.9. Lenguaje sexista

Durante la realización del estudio de caso se constató que, en su discurso radiofónico el uso del lenguaje sexista oculta o niega a las mujeres, a través de roles sometidos a la autoridad del varón. Es por ello que, en los materiales analizados, siempre se nombra primero al hombre y luego a la mujer como se puede ver en el programa del 10 de marzo cuando el locutor pregunta:

22LOC2: ¿Existen diferencias en cuanto a estos cambios en hombres y mujeres aquejados por la enfermedad?

Generalmente las masculinidades que aquí se muestran se corresponden con las hegemónicas, quienes están relacionadas con la jerarquía, con el control del espacio, el valor moral de la heterosexualidad, la dominación y la supresión de afectos y sentimientos. Un ejemplo de esto último se puede evidenciar en el dramatizado del programa del día 10 de marzo.

5LOC1: A ver, Lidia, el glaucoma te fue diagnosticado a tiempo. Con lo que te indicó el medico no tendrás dificultades.

6LOC2: Es que no me lo explico: Yo con glaucoma, si nunca he tenido falta de visión ni dolor en los ojos ni otro síntoma.

7LOC1: Pero ve eso, a pesar de todo, como algo positivo.

8LOC2: Y lo peor: el algo para toda la vida.

9LOC1: Bueno, si tú lo deseas nos vamos a un psicólogo para que te ayude porque te veo muy desanimada luego de este diagnóstico.

10LOC2: ¿Tú crees?

En los dramatizados siempre se presenta un matrimonio heteronormativo que, además, si tienen hijos siempre es varón, nunca es una niña. Cuando se refieren a niños fuera del matrimonio también son varones, como se puede ver en el dramatizado del programa del día 6 de marzo:

6LOC2: ¿Un síndrome nefrótico?

7LOC1: Sí. Así me dijo.

8LOC2: Tan pequeñito..qué pena. ¿Y es muy grave?

9LOC1: No me dio detalles. Iba saliendo a esa hora de la consulta en el pediátrico.

10LOC2: Ah bueno. Por la tarde pasaré a verla y a llevarle unas compotas para el niño.

11LOC1: Por eso era la hinchazón en las piernas y el abdomen.

12LOC2: Sí. He oído que suele pasar con las enfermedades renales.

13LOC1: Ojalá se cure pronto y los medicamentos comiencen a hacer efecto.

En las entrevistas se ratificó el hecho de generalizar el femenino bajo la denominación del masculino. Es una herencia cultural y se asume como lo correcto ya que se basa en lo que plantean muchos debates, ensayos y artículos publicados por la Real Academia de la Lengua y las numerosas ediciones de su diccionario (DRAE), así como en uno de los fundamentos de la radio: síntesis y brevedad.

Es una tendencia común puertas adentro de los medios de comunicación: se reduce el enfoque de género solo al problema del sexismo en el lenguaje y minimizan el uso discriminatorio de la lengua “acudiendo al ridículo para ocultar el desconcierto” (Gallego, 2003, p.52).

2.1.10. Recursos expresivos

Por la utilización que tienen las unidades gramaticales en el discurso radiofónico del programa *En familia*, se puede afirmar que contribuyen activamente a los procesos de subordinación y exclusión de las mujeres. Su empleo contribuye a crear y perpetuar una perspectiva sexista de la realidad, a realizar prácticas sexistas en el uso de la lengua y son, por tanto, cruciales en la inculcación y legitimación de la posición subordinada de la mujer.

Uno de esos elementos son los pronombres; los cuales en el discurso radiofónico del programa tienen implicaciones en las concepciones de género expresadas en este espacio. Mediante ellos se resta énfasis a un grupo o se le otorgan valores a otro. Un ejemplo se evidencia en el programa del día 13 de febrero cuando usa solo el pronombre él para referirse a los dos sexos:

30LOC2: Familia, cuando sea posible, haz que tu hijo se implique en su propio tratamiento.

31LOC1: Hable con él usando un lenguaje que pueda entender y explícale las características del cáncer y sus efectos.

32LOC2: Con un niño pequeño, menor de 4 años, puede bastar con decirle que está "enfermo" y que necesita "medicamentos" para mejorar.

33LOC1: Independientemente de la edad que tenga tu hijo, el objetivo consiste en impedir que se asuste y evitar los malentendidos.

Por su parte, el pronombre ella sólo aparece en los momentos donde se aborda la temática femenina y es utilizada para mencionar alguna acción de la protagonista.

De acuerdo con los preceptos y fundamentos del orden patriarcal androcéntrico, en la muestra las figuras femeninas construyen su yo y su desarrollo a través de vínculos relacionantes y posiciones subordinadas o subordinantes respecto de la otredad (otro u otra). Ello constituye un claro ejemplo de cómo la radio contribuye a la inculcación y a la socialización de la ideología tradicional de género, mediante discursos, acciones y representaciones sociales de lo que es ser mujer u hombre.

2.1.11. Elaboración del producto

Los temas que se abordan en el programa *En familia* de Radio Sancti Spíritus se seleccionan, fundamentalmente por dos vías: interés de los guionistas o por la directora del programa, pero siempre en correspondencia con la agenda indicada por la dirección de la Radio cubana.

El programa comienza con la voz del locutor que da inicio a la transmisión y luego le sigue el tema musical de presentación. Cada programa cuenta con un especialista invitado quien hablará sobre el tema a tratar.

El tema se presenta mediante una situación dramatizada actuada por los mismos locutores del programa. Al preguntar a la directora por qué no se apoyaban en el cuerpo dramático de la radio para ello, respondió que le parecía más cálido y familiar que fueran los mismos locutores quienes actuaran y así poder estar más cerca de las audiencias y no introducir voces no conocidas dentro del programa.

Este espacio se realiza mediante preguntas que hacen los conductores a la invitada o invitado especialista en el tema y las respuestas que estos brindan. Con

esto se genera un debate que en varios momentos durante la transmisión se corta para poner algunas autopromociones. Esos productos comunicativos no son variados y casi todos están dirigidos a incitar a las audiencias a escuchar el programa. En cada una de las emisiones se cumple con el objetivo que plantean desde el inicio.

En la realización del programa no se utiliza música más allá del tema de presentación y despedida y los cortes que se usan en la mitad del programa lo que genera que tenga un ritmo lento. En las entrevistas se constató el interés de que se hable en un tono bien pausado y que el ritmo general del programa sea bajo pues es un programa de orientación y “lo escuchan las amas de casa en su gran mayoría y estas son mujeres que se pasan el día en el ajetreo de la casa y haciendo todo contrarreloj por lo que este programa les sirve para relajarse un poco mientras realizan sus labores, por esto tratamos de ser lo más pausados y calmados posibles”.

Mediante el análisis de los guiones y la escucha de los programas seleccionados se pudo constatar que no existe casi ningún comentario fuera del guion pues los locutores son muy fieles al mismo, además en la observación participante se pudo ver como la directora del programa está al pendiente de cada detalle y de que todo se haga como dice el guion sin variaciones demasiado relevantes.

En los pocos momentos donde los locutores realizan algún tipo de improvisación se confirma la falta de conocimiento sobre temáticas de género. En cada uno de estos comentarios se perpetúa los diferentes estereotipos otorgados a mujeres y hombres por una sociedad totalmente patriarcal y se colocan siempre a las mujeres y hombres en sus roles tradicionales impuestos por una cultura falocéntrica imperante desde siempre.

2.1.12. Consideraciones finales

De forma general, en el colectivo del programa existe una tendencia general y recurrente a asociar el género con las características biológicas aparentes de

diferenciación sexual, ya sea por desconocimiento y falta de sensibilidad con el tema, como por lo que han aprehendido durante su vida estando en constante y estrecho vínculo con otras personas e instituciones.

En *En familia* hay ausencia de temas relacionados con los asuntos de género; poca creatividad al abordar las personalidades; recursos gráficos y lingüísticos que perpetúan el sexismo; y el reflejo de un contexto todavía hegemónicamente masculino. La propuesta de una representación social hegemónica de lo femenino y masculino homogeneiza la imagen del género que se traduce en conocimiento común. Así, el resto de la sociedad que interactúa con el discurso radial, lo toma como herramienta para interpretar y accionar en cada uno de sus contextos. Todo ello, por supuesto, mediado por la subjetividad y por el modo en que los realizadores tienen contacto con el mundo exterior, desde donde perciben la determinada representación de lo masculino y lo femenino y los propios juicios subjetivos que fijan el punto de vista desde el que se va a presentar la realidad.

Ese discurso se mantiene cercano al hecho de la realidad social, mediante una articulación del texto con el contexto. El primero aún mediante un lenguaje sexista, y el segundo sigue, en el programa radial, circunscrito a uno donde todavía se presenta lo masculino como la norma.

Estos resultados permitieron diagnosticar el objeto de estudio, uno de los primeros pasos, referidos al plan de acciones. A partir de los elementos encontrados, se pudo, entonces, elaborar la propuesta de esta investigación.

2.2. Propuesta del plan de acciones

La propuesta de este plan de acciones que tiene como objetivo generar el discurso radiofónico del programa *En familia* desde la perspectiva de género se deriva del diagnóstico realizado y, en correspondencia con los postulados teóricos asumidos para este estudio.

Se sustenta en la Comunicación, principalmente en la gestión del discurso radial y se nutre de los fundamentos de la Teoría de Género; ya que asume el ser hombre

y mujer como construcción social, por lo permite concebirse y concebir a sus semejantes en un contexto determinado, más allá del sexo biológico. Además, dialoga con la Ley de Comunicación, donde se aboga por el respeto y reflejo en la prensa de cada una de las vivencias personales como expresión de las relaciones sociales.

Aunque el plan está enfocado a un solo programa se sugiere presentarse en un primer momento a quienes deciden la política de Radio Sancti Spíritus para que conozcan de su existencia y, luego para que influyan en el complejo proceso de implementación.

Para la elaboración de esta herramienta se tienen en cuenta tres dimensiones que, tras el diagnóstico, se consideran oportunas para cumplir con el objetivo del plan:

1. Sensibilización
2. Educación
3. Comunicación

En su presentación se describirá primero las acciones organizadas por cada dimensión y posteriormente se definen los niveles de responsabilidad en cada una.

1. Sensibilización

El diagnóstico confirmó que el colectivo y quienes aprueban la agenda temática del programa desconocen qué es el género y cómo al asumir su perspectiva posibilita realizar programas con miradas más integrales a la sociedad. Además, de desterrar roles, estereotipos y contextos legitimados históricamente en las relaciones de poder entre hombres y mujeres, impuestas por la hegemonía patriarcal.

Acciones:

1. Generar espacios de diálogos entre el colectivo, el subdirector de programación de la Emisora y especialistas de la Cátedra de la Mujer de la Universidad de Sancti Spíritus José Martí, (UNISS) y la Casa de la orientación a la mujer y las familias.

Responsable: Jefa de la Cátedra de la Mujer de la UNISS.

2. Identificar dentro del colectivo quién o quiénes muestran interés sobre los temas de género para que lideren los procesos.

Responsable: Especialista de la Casa de la orientación a la mujer y las familias.

3. Integrar al colectivo del programa y quienes aprueban la agenda del espacio a proyectos culturales y de salud, donde se transversalice la temática de género.

Responsable: Dirección del departamento Prosalud.

4. Generar contenidos multimediales sobre la temática género para circular entre el colectivo mediante las diferentes plataformas (virtuales y presenciales)

Responsable: Especialista de la Casa de la orientación a la mujer y las familias.

5. Intervenir, desde la multidimensionalidad de la categoría género, para transversalizarla en cada uno de los espacios del medio de prensa; no sólo en aquellos encuentros oficiales como parte de las rutinas productivas, sino en los informales, donde también se reflejan las subjetividades de quienes trabajan en el órgano de prensa. Así podrá conformarse paulatinamente una cultura de género.

Responsable: Jefa de la Cátedra de la Mujer de la UNISS.

6. Diseñar productos visuales o apropiarse de existentes con contenidos de la temática género para colocar en lugares estratégicos dentro de la institución.

Responsable: Especialista en comunicación de la Emisora.

2. Educación

Una vez que quienes integran el colectivo concienticen la importancia del tópico y cómo el programa se acerca más a las audiencias del siglo XXI si asume en sus discursos la perspectiva de género, precisan apropiarse de conocimientos sobre el tema.

Acciones:

1. Impartir talleres que de forma amena aborden conocimientos teóricos sobre la Teoría de Género y su imbricación con la Comunicación.

Responsable: Especialistas en el departamento de Prosalud.

2. Incentivar la presencia del colectivo en eventos, talleres y cursos, donde se aborde el tema género. Así se puede visibilizar los temas del hecho, y servirá como superación a quienes asistan.

Responsable: Subdirector de programación en Radio Sancti Spíritus.

3. Capacitar sobre cómo se pueden lograr redacciones sin sexismo y que no abusen del uso de los morfemas gramaticales /a/ y /o/ para el femenino y el masculino.

Responsable: Especialista en Lingüística y Género.

4. Visibilizar, desde la teoría y práctica, las expresiones de feminidades y masculinidades existentes en la sociedad.

Responsable: Especialista del departamento de Prosalud.

5. Intencionar la participación de personas expertas en temas género en los procesos productivos para garantizar el asesoramiento necesario.

Responsable: Subdirector de programación.

3. Comunicación

Tras la implementación de las acciones presentadas, se precisa volcar lo aprehendido en la realización del programa y todos los procesos comunicativos que inciden en la gestión de sus contenidos.

Acciones:

1. Potenciar en el programa la diversidad de protagonistas e historias de mujeres y de cuerpos feminizados.

Responsables: Directora y asesora del programa.

2. Visibilizar en los guiones las necesidades e inquietudes de las audiencias, problematizando sobre la desigualdad de género y sus consecuencias para el desarrollo social.

Responsables: Directora y guionistas.

3. Gestionar los contenidos del programa desde la perspectiva de género.

Responsable: Directora del programa.

4. Proponer dramatizados que busquen develar la diversidad de lo que se entiende y expresa como feminidades y masculinidades, con una verdadera mirada integradora.

Responsable: Directora del programa.

5. Crear una base de datos de información que se actualice sistemáticamente y que esté al alcance de cada una de las personas que integran el colectivo, con bibliografía sobre la temática de género y ejemplos de productos comunicativos con esa perspectiva.

Responsable: Realizador de sonidos.

6. Utilizar los canales y vías de información para dar a conocer los cambios que se obtienen al gestionar el discurso radial de *En familia* desde la perspectiva de género.

Responsable: Directora.

7. Diseñar un espacio de comunicación directa con los públicos que incluya temas relacionados con el género. Esto se puede hacer mediante la página de Facebook del programa.

Responsable: Webmaster de la Emisora.

8. Seleccionar a los especialistas del programa con competencias profesionales sobre el tema género.

Responsable: Directora del programa.

Este plan (VER ANEXO 8) tiene un carácter sistémico porque las dimensiones tienen relaciones entre sí. Es flexible y hospitalario porque depende de las necesidades e intereses que muestre el colectivo a fin de que en periodo de tiempo logre generar un discurso radial desde la perspectiva de género.

CONCLUSIONES

1. Los fundamentos que entrecruzan a la Teoría de Género y la de la Comunicación, así como los criterios ofrecidos en diferentes escenarios por especialistas, desde la ciencia y la práctica, permiten, desde la científicidad, estructurar la propuesta de este estudio.
2. El diagnóstico realizado al discurso del programa radial *En familia* permitió conocer la falta de interés, y conocimientos por parte del colectivo para transversalizar la temática género en un espacio trascendental para cumplir con una de las misiones de ese medio público: orientar.
3. En la gestión de contenidos del programa predominan representaciones sociales de género hegemónicas, lo que impide que en la propuesta se deconstruyan y cuestionen las expresiones del patriarcado.
4. El diseño del plan de acciones comprendió la formulación de acciones sinérgicas ya que se asume la perspectiva de género en el discurso radiofónico como un proceso complejo, multicausal, multidimensional y multidireccional. Rebasa los perímetros del programa en sí.
5. La herramienta de esta investigación apuesta por incidir en las lógicas de la gestión de contenidos del programa *En familia*. Por ello y gracias a su propio carácter flexible para ser adaptado, según intereses y aprendizajes del equipo realizador, se convierte en una propuesta para generar cambios en saberes y conductas, tanto desde lo individual como colectivo.

RECOMENDACIONES

Proponer a la dirección de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad de Sancti Spíritus José Martí Pérez:

- Evaluar la efectividad del plan de acciones en estudios de Licenciatura o Maestrías.
- Incluir la propuesta en las asignaturas de Comunicación Sonora y Género y comunicación (optativa).
- Socializar los resultados de la investigación en la Emisora Radio Sancti Spíritus y con el colectivo del programa *En familia*.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, C. (2002). *Género y transformación social*. La Habana: Editorial de la Mujer.
- Alario, C, Bengoechea M., Lledó, E. y Vargas, A. (1995). *Nombra. La representación del femenino y masculino en el lenguaje*. España: Instituto de la Mujer.
- Alba, Y. (1996). *Las mujeres y los medios de comunicación*. Madrid: Comunidad de Madrid.
- Alfonso, M. y Saladrigas, H. (2000). *Para investigar en comunicación Social. Guía Didáctica*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- Alfonso, M. y Saladrigas, H. (2006). *Teoría de la comunicación. Una introducción a su estudio*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- Álvarez Suárez, M. (s.f.). *Género: ¿qué? ¿dónde? y ¿para qué?* La Habana: Centro de Estudios de la Mujer.
- Amorós, C. (1994). Espacio público, espacio privado y definiciones ideológicas de «lo masculino» y de «lo femenino». *Feminismo, igualdad y diferencia*, mayo 2001, 23-52.
- Araya, S. (2002). *Las representaciones sociales: Ejes teóricos para su discusión*. Costa Rica: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO).
- Banchs, M. A. (1999). Representaciones sociales, memoria social e identidad de género. *Revista Akademos*, 2, 59-76.
- Barranco Laguna. M. I. (2011). La construcción social de la mujer a través de la toma de decisión sobre su propia determinación sexual. En M. E. Olivera Córdova. *Mujeres Diversas. Miradas Feministas* (pp. 20- 89). México: Editorial Grupo destiempos S. de R. L. de C. V.
- Benhabib, S., y Cornel, D. (1990). *Teoría feminista y teoría crítica*. Valencia: Alfons el Magnánim.

- Berger, P. y Luckmann, T. (2003). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Bosque, I. (2012). Sexismo lingüístico y visibilidad de la mujer. En disertación ofrecida en el pleno de la Real Academia Española: España.
- Bueno Doral, T. (2012). *Estereotipos de género en los orígenes de la publicidad: la imagen femenina en el cartel artístico*. (Tesis de Doctorado). Universidad Complutense de Madrid. España.
- Butler, J. (1990). Actos performativos y constitución del género: un ensayo sobre fenomenología y teoría feminista, en Sue-Ellen Case (ed.): *Performing Feminisms: Feminist Critical Theory and Theatre*, (pp. 270-282). Estados Unidos: University Press.
- Camacho, L. (1999). *La imagen radiofónica*. México: MacGraw-Hill Interamericana Editores
- Caprile, M., Valles, N. y Palmen, R. (2012). *Guía práctica para la inclusión de la perspectiva de género en los contenidos de la investigación*. Recuperado de <http://www.idi.mineco.gob.es/stfls/MICINN/Ministerio/FICHEROS/UMYC/Guia_practica_genero_en_las_investigaciones.pdf>.
- Colectivo de autores/as. (2003). *Género y educación. Selección de lecturas*. La Habana: Editorial Pueblo y educación.
- Colectivo de autores/as. (2009). *Comunicación, organización y género. Ellas tienen la palabra. Materiales para la formación 1*. Recuperado de <http://www.mujiresenred.net/IMG/pdf/comun-g-w.pdf>
- Colín Colín, A. (s.a). *La desigualdad de género comienza en la infancia. Manual teórico-metodológico para transversalizar la perspectiva de género en la programación con enfoque sobre derechos de la infancia*. México: [s.n.].

- De Andrés Castellanos, S. (2000). Sexismo y lenguaje. El estado de la cuestión: reflejos en la prensa. Espéculo. *Revista de Estudios literarios*. Recuperado de <http://www.ucm.es/info/especulo/numero16/sexis984.html>
- De Barbieri, T. (1990). Sobre la categoría genero. Una introducción teórico metodológica. En *Taller sobre derechos reproductivos*, (pp. 2- 19). Sao Pablo, Brasil: PRODIR.
- De Gregorio Godeo, E. (2003). El análisis crítico del discurso como herramienta para el examen de la construcción discursiva de las identidades de género. *Revista Interlinguista*, 14, 497-511.
- De Urrutia, L. y González, G. (2003). *Metodología de la investigación social I. Selección de Lecturas*. La Habana: Editorial Félix Varela.
- Díaz, M. T. (2000). *La dimensión de género en los medios de comunicación social*. Sexología y sociedad. Publicación especializada del Centro Nacional de Educación Sexual, 15, 7-9.
- Diccionario de la Real Academia. (2014). Real Academia Española. Recuperado de <http://www.rae.es/>
- Escalona, K. (s.f.). Los estudios de género: una necesidad para la formación de periodistas. Adital. Recuperado de http://www.adital.com.br/site/noticia_imp.asp?
- Facio, A. (2001). Feminismo, género y patriarcado. Recuperado de <http://centreantigona.uab.es/docs/articulos/Feminismo,%20g%C3%A9nero%20y%20patriarcado.%20Alda%20Facio.pdf>
- Facultad de Comunicación. (s.f.). *Metodología de investigación cualitativa. Selección de lecturas*. La Habana: Facultad de Comunicación.
- Fernández, G. (2011). Puntos de contacto entre el género y la comunicación. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, julio. Recuperado de www.eumed.net/rev/ccss/13/

- Fernández- Rubio, I. (2009). *Sexualidad infantil: un privilegio que no debe ser reprimido*. (Tesis de Licenciatura). Universidad de La Habana. La Habana.
- Fleitas, R. (2002). Género y pensamiento médico, hacia un nuevo enfoque de la salud femenina. *Sexología y sociedad*. Publicación especializada del Centro Nacional de Educación Sexual, 18, 4-6.
- Gálvez, R. (2009). *Comunicación, Género y Prevención de Violencia. Manual para Comunicadores y Comunicadoras*. Honduras: Universidad Nacional Autónoma de Honduras.
- García-Leiva, P. (2005). Identidad de género: modelos explicativos. *Escritos de psicología*, (7). Recuperado de www.esritosdepsicologia.es/descargas/.../escritospsicologia7_revision4
- Gordillo, L. (2008). *Enfoques de Género*. (Tesis de Licenciatura). Universidad de La Habana. La Habana.
- Hernando Gonzalo, A. (2006). Sexo, Género y Poder. Breve reflexión sobre algunos conceptos manejados en la Arqueología del Género. *Complutum*, (18), 167-174.
- Ibáñez, T. (1988). *Ideologías de la vida cotidiana. Psicología de las representaciones sociales*. Barcelona: Ediciones Sendai.
- Lagarde, M. (1997). *Género y feminismo*. España: horas y HORAS.
- Lamas, M. (1986). La antropología feminista y la categoría "género". *Nueva Antropología. Estudios sobre la mujer: problemas teóricos*, (30), 173-198.
- Litz, D. (2005). *En busca de la equidad dentro de la diferencia*. (Tesis de Licenciatura). Universidad de La Habana. La Habana.
- López, G. (2000). *Género, Comunicación y Sociedad*. Panamá: Editorial Universidad de Panamá.

- Lovera López, S. (2007). *Buenas prácticas en la información desde una perspectiva de género. Buenas prácticas periodísticas desde la perspectiva de género*, (9), 34-57.
- Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Editorial Gustavo Gilí.
- Martín Serrano, M. (1978). *La mediación social*. Madrid: Editorial Akal.
- Martínez Massip, A. (2007). Reflexiones en torno al contexto social del ama de casa rural. *Sexología y sociedad*. Publicación especializada del Centro Nacional de Educación Sexual, 32, 14-20.
- Meana Suárez, T. (2002). *Porque las palabras no se las lleva el viento... Por un uso no sexista de la lengua*. Valencia: Ayuntamiento de Quart de Poblet.
- Moya Richard, I. (2008a). *El patio de mi casa es particular*. En C. N. H. Chávez, *Género. Selección de lecturas complementarias* (1era ed., pp. 273–276). La Habana: Caminos.
- Moya Richard, I. (2008b). *Ese cuerpo orlado de belleza*. En C. N. H. Chávez, *Género. Selección de lecturas complementarias* (1era ed., pp. 285–294). La Habana: Caminos.
- Moya Richard, I. (2008c). Lo gay también vende. En C. N. H. Chávez, *Género. Selección de lecturas complementarias* (1era ed., pp. 295–304). La Habana: Caminos.
- Moya Richard, I. (2010a). *El arte de observar*. En *Sin contraseña. Discurso mediático y transgresión*. (pp. 60–74). España: Amecopress.
- Moya Richard, I. (2010b). *El Sexo de los Ángeles. Una mirada de género a los medios de comunicación*. La Habana: Publicaciones Acuario, Centro Félix Varela.

- Moya Richard, I. (2014a). *Letra con género. Propuesta para el tratamiento de la violencia de género en los medios de comunicación*. (Primera). La Habana: Editorial de la Mujer.
- Moya Richard, I. (2014b). Nexos entre la teoría de género y la teoría de la comunicación. Conferencia presentado en Posgrado Internacional de Género y Comunicación 3 al 13 de feb 2014, La Habana.
- Moya Richard, I. (2015). *Reinventar el Periodismo. Hacia una contracultura feminista en los medios de comunicación* (Segunda Edición). La Habana: Editorial de la Mujer.
- Núñez Sarmiento, M. (s.f.). *Los estudios de género en Cuba y sus aproximaciones metodológicas, multidisciplinarias y transculturales (1974- 2001)*. Centro de Estudios de Migraciones Internacionales. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cuba/cemi/género.pdf>
- Papí, N. (2003). Un nuevo paradigma para el análisis de las relaciones sociales: el enfoque de género. *Feminismo*, 135-148.
- Rivera, Y. (2009). *Género y medios de comunicación: asumiendo el reto*. En C. N. H. Chávez, *Género. Selección de lecturas complementarias* (1era ed., pp. 111–122). La Habana: Caminos.
- Rodríguez, E. (2023). Entrevista personal, 14 de septiembre, Sancti Spíritus.
- Ruano Martínez, D. (2012). *¿Soy lo que ves?: Una aproximación al estudio de las representaciones sociales de género en el periodismo especializado en ciencia*. (Tesis en opción al grado de Master en Estudios Sociales de la Ciencia y la Tecnología). Universidad de La Habana, La Habana.
- Silveira Fonseca, M. (2012). *Estrategia de Capacitación para lograr un discurso mediático no sexista en Radio Chaparra* (Tesis en opción al título de Máster en Estudios de Género). Universidad de La Habana, La Habana.

- _____. (2015). La agenda radial desde la perspectiva de género. Presentado en Conferencia por el día mundial de la radio.
- Soler Más, Y., Rosales Vicente, B., y Rojas, M. H. (2019). Estudio de caso sobre las estructuras narrativas en la comprensión del discurso informativo radiofónico. *ALCANCE. Revista Cubana de Información y Comunicación*, 8(19), 163–179.
- Sonegas, X. (2015). El discurso radiofónico. Particularidades de la narración sonora. *Revista de Ciencias y tecnología de la Información y la Comunicación*, 1, 101–127.
- Trinquete Díaz, D. E., y González López, I. (2015). Investigar en género y comunicación: Ganancias y brechas en un camino difícil. *ALCANCE. Revista Cubana de Información y Comunicación*, 4(7), 89–110.
- Van Dijk, T. (2002). El análisis crítico del discurso y el pensamiento social. Athenea Digital. Recuperado a partir de <http://antalya.uab.es/athenea/num1/vandijk.pdf>
- Vasallo Barrueta, N. (2004). El Género: un análisis de la “naturalización” de las desigualdades.
- Vasallo Barrueta, N. (2007). Los Estudios de la Mujer, Mujeres y Género en Cuba.
- Vasallo Barrueta, N. (2014). Género: definiciones conceptuales. Conferencia Inaugural presentado en Posgrado Internacional de Género y Comunicación 3 al 13 de feb 2014, La Habana.
- Vázquez Olivé, S. M. (2010). *La construcción social de género en el discurso periodístico de la sección “En Cuba” de la revista Bohemia*. (Tesis de Licenciatura). Universidad de La Habana, La Habana.

ANEXOS

ANEXO 1

Tabla de programas y temas.

No.	Fecha.	Temas.
1	13 de febrero	Cáncer infantil.
2	14 de febrero	El amor como sostén emocional.
3	15 de febrero	El amor entra por la cocina.
4	16 de febrero	Efecto del cambio climático en las mascotas.
5	17 de febrero	Autocuidado de los niños.
6	6 de marzo	Enfermedad renal infantil.
7	7 de marzo	Várices vulvares.
8	8 de marzo	Recetas de cocina para celebrar el día de la mujer
9	9 de marzo	Artritis.
10	10 de marzo	Glaucoma.
11	15 de mayo	Convivencia en familia.
12	16 de mayo	Presión arterial.
13	17 de mayo	La papa, recetas de cocina.
14	18 de mayo	El colon.
15	19 de mayo	Uso de la internet.

ANEXO 2

Guía para la realización del análisis del discurso a los guiones del programa *En familia*.

1. Información:

1.1 Conocimientos sobre los estereotipos concebidos en la sociedad sobre lo femenino y lo masculino

1.2 Concepciones sobre la división sexual del trabajo

1.3 Conocimientos sobre las problemáticas actuales de género manifiestas en la práctica cultural

1.4 Vía por la que han adquirido información sobre el sistema de género

2. Actitud:

2.1. Elemento afectivo y valorativo

2.2. Roles de género

2.3. Actitud hacia la superación profesional y ocupación de responsabilidades sociales de la pareja.

2.4. Actitud homofóbica

2.3. Campo representacional:

2.3.1. Estereotipos de género

2.4 Estilo del lenguaje:

2.4.1 Sexismo lingüístico

2.4.2 Expresiones que ocultan o niegan a las mujeres, a través de roles sometidos a la autoridad del varón.

2.4.3 Reproducción de la jerarquía social.

2.4.4 Asociaciones verbales que superponen a la idea de mujer otras ideas como debilidad, pasividad, labores domésticas, histeria, infantilismo, etc. Y que suponen una minoración de las mujeres.

2.4.5 Expresiones androcéntricas.

2.4.6 Salto semántico, estrategia de la lengua que «salta» desde un colectivo masculino genérico (que supuestamente incluye a hombres y a mujeres) a un masculino específico (que únicamente contempla a varones).

2.5. Sexismo léxico

2.5.1 Recursos expresivos

2.5.2 Unidades gramaticales

2.5.3. Pronombres

2.5.4 Unidades lexicales

2.6 Sutilezas semánticas

2.7 Elaboración del producto

2.7.1 Tipo de programa

2.7.2 Agenda editorial y tema del programa

2.7.3 Guion

2.7.4 Realización (música, entrevistas, disertación, comentarios de locutores fuera del guion, dramatizado)

3. Programa radiofónico

Para analizarlo se tuvieron en cuenta las siguientes dimensiones:

3.1 Estructura en espacio tiempo

3.1.1 Presentación

3.1.2 Agendas editoriales

3.1.3 Agendas mediáticas (si es posible)

3.1.4 Organización de la información

3.1.5 Presencia de especialistas o expertos en el tema

3.1.6 Presentación del tema, desarrollo, clímax y punto de vista

3.1.7 Despedida

3.2 Lenguaje sonoro

3.2.1 Sonorización del programa

3.2.2 Música

3.2.3 Autopromociones y propaganda

3.2.4 Tono, timbre, intensidad en locutores y actores de dramatizados.

3.3 Lenguaje verbal

3.3.1 Guion

3.3.2 Dramatizados

3.4 Lenguaje digital u otros lenguajes multimediales

3.4.1 Presencia de/en redes sociales

3.4.2 Mensajes de audiencias (participación de oyentes, etc.)

3.4.3 Agendas mediáticas

3.4.4 Contenidos originalmente concebidos para plataformas digitales.

ANEXO 3

Guía para observación participante

Objetivo: determinar las lógicas de producción y la realización del programa radial *En familia*, con énfasis en el tratamiento a la perspectiva de género en su discurso radiofónico.

Por ello, se observarán las prácticas individuales y colectivas.

Lugar _____

Fecha _____

Hechos observados:

1. Organización del medio

1.1. Rutinas de producción: ámbito donde se describe la multiplicidad de sentidos, dinámicas, acciones para jerarquizar y reinterpretar un hecho de la realidad.

1.1.1. Selección, exclusión y jerarquización de los temas a publicar.

1.1.2. Quiénes participan en el proceso.

1.1.3. Qué parámetros rigen ese proceso de selección.

1.2. Cumplimiento de la política editorial

1.3. Espacios de articulación para la aplicación de la política editorial.

1.3.1. Quién o quiénes toman la decisión final.

1.3.2. Quiénes intervienen.

1.3.3. Cómo se produce la asignación de tareas.

1.3.4. Cumplimiento de los objetivos trazados.

1.4. Ejercicio del poder y los procesos de negociación entre escritores, realizadores y directora del espacio.

1.5. Concepciones de la redacción y realización.

- 1.5.1. Métodos y técnicas utilizados durante la investigación del tema.
- 1.5.2. Preparación del material durante el proceso de redacción.
2. La perspectiva de género en el discurso radiofónico del programa *En familia* de Radio Sancti Spíritus
 - 2.1. Intereses, tanto desde la directiva, como de forma individual
 - 2.2. Cursos, talleres y otras vías de superación.
3. Evaluación de la repercusión social
 - 3.1. Criterios que se siguen.
4. Factores individuales
 - 4.1. La cultura e ideologías profesionales de género.
 - 4.2. Conocimientos teóricos acerca de las técnicas radiales.
 - 4.3. Experiencia.
 - 4.4. Competencias profesionales.
 - 4.5. Motivación hacia el trabajo.
 - 4.6. Cuestiones éticas.

ANEXO 4

Entrevista semiestructurada aplicada a integrantes del colectivo del programa:

1. ¿Cómo surge *En familia* y cómo han logrado mantener este programa en la parrilla de Radio Sancti Spíritus?
2. ¿Los temas que se abordan en el programa cuentan con una agenda definida en la política editorial del medio o depende de la improvisación y de algunas propuestas aisladas?
3. ¿Se negocian los temas con el resto del colectivo durante el proceso?
4. ¿Por qué seguir apostando por un programa destinado a la familia?
5. ¿Existe discriminación a la hora de elegir un guionista?
6. ¿Cómo se decide quiénes escriben?
7. ¿Cómo se elige el especialista en determinado tema?
8. ¿Se colegia el tema que debe abordar el especialista antes del programa, o este se auto prepara solo?
9. ¿Cómo se selecciona el periodista que tributa al programa?
10. ¿Se le indican géneros específicos para sus trabajos, y los temas a abordar?
11. ¿Qué fuentes periodísticas exigés que deben tener los trabajos?
12. ¿Cómo se valora el impacto de estos trabajos?
13. ¿Por qué los dramatizados del programa *En familia* no los realiza el cuerpo dramático de la emisora?
14. ¿Qué entiendes por perspectiva de género?
15. ¿Has recibido alguna superación sobre el tema?
16. ¿Ha sido de interés en algún momento para el medio el tema?
17. ¿Existe sexismo en algún momento del programa *En familia*?
18. ¿Cómo piensa usted que incide el programa en la perspectiva de género de los oyentes?
19. ¿Consideras importante esa incidencia?
20. ¿Cómo evalúas el tratamiento de género en la radio cubana?

21. ¿Está vinculado el programa a las redes sociales? ¿En caso que sea negativa la respuesta, me puede decir por qué?
22. ¿Cómo te retroalimentas entonces del criterio de oyentes y especialistas?
23. ¿Se discuten los resultados de los monitoreos que se le realizan al programa?

ANEXO 5

Entrevista semiestructurada aplicada a guionistas del programa:

1. ¿Qué entiendes por perspectiva de género?
2. ¿Has recibido alguna superación sobre el tema?
3. ¿Ha sido de interés en algún momento para el medio el tema?
4. ¿Existe sexismo en los guiones del programa *En familia*?
5. ¿Qué rasgos te interesa destacar en cada programa?
6. ¿Qué fuentes utilizas para tus trabajos?
7. ¿Quiénes prevalecen en tus destinatarios, hombres o mujeres?
8. ¿Por qué crees que predominan las especialistas en el programa?
9. ¿Qué estereotipos de género reconoces?
10. ¿Están presentes en tus guiones?
11. ¿Has pensado como incide el programa en la perspectiva de género de los oyentes?
12. ¿Consideras importante esa incidencia?
13. ¿Cómo evalúas el tratamiento de género en la radio cubana?
14. ¿Concuerdas con él o no? ¿Por qué?
15. ¿Por qué apuestas por escribir en un programa destinado a la mujer y a la familia?
16. ¿Los temas del programa cuentan con una agenda definida o depende de la improvisación y de algunas propuestas personales?
17. ¿Cómo empiezas a escribir acerca de un tema?
18. ¿Qué pasos sigues habitualmente?
19. En la fase de preparación o durante la realización de los trabajos, ¿intercambias con otras personas del medio, con la Dirección o te desempeñas sola/o en ese ejercicio?
20. Atendiendo a cuáles valores seleccionas el tema: actualidad, impacto social, interés humano, transcendencia, rareza u originalidad, denuncia, ¿u otros?
21. ¿Colegias el proyecto con el director y otros realizadores para definir el empleo de los recursos radiales que pueden enriquecer el tema?
22. ¿Qué prioridad le concedes al uso del lenguaje a la hora de escribir un guion?
23. ¿Te han censurado en algún momento algún guion?
24. ¿De qué forma conoces el impacto, positivo o no de tus guiones?

ANEXO 6

Entrevista semiestructurada aplicada a la directora del programa *En familia*:

1. ¿Cómo surge *En familia* y cómo han logrado mantenerlo en la parrilla de programación?
2. ¿Qué significa la radio para usted?
3. ¿Cuáles son las funciones que tiene la radio en la sociedad?
4. ¿Es la perspectiva de género una estrategia o eje temático para hacer el programa *En familia*?
5. ¿Qué importancia tienen los programas de orientación en la programación de Radio Sancti Spíritus?
6. Desde su punto de vista, ¿qué recomendación les daría a los programas de orientación en Radio Sancti Spíritus?
7. ¿Cuáles son para usted, las funciones que debe cumplir la radio en la sociedad?
8. ¿Qué se entiende por programa de orientación dentro de la Radio?
9. ¿Cree usted que se podría hablar de un discurso radiofónico con perspectiva de género en Radio Sancti Spíritus?
10. ¿Cree usted que el tema “Género” pueda convertirse en un eje transversal en la radio? ¿Por qué?
11. ¿Qué conoce sobre Género?
12. ¿Se ha interesado en ampliar sus saberes sobre las temáticas de Género?
13. ¿Ha sido de interés del medio que se asuma la perspectiva de género en la agenda de *En familia*?
14. ¿En su colectivo hay alguien interesado en esa temática?
15. ¿Conoce cuánto incidiría en la calidad de su programa asumir la perspectiva de género?
16. ¿Cómo se decide quién escribe el programa?
17. ¿Cómo se elige al especialista invitado al programa?

ANEXO 7

FICHA TÉCNICA DE CONTROL DE PROGRAMAS DE RADIO.

Emisora	Radio Sancti Spíritus	Provincial
---------	------------------------------	-------------------

Espacio	En Familia
---------	-------------------

Horario	13:30 – 13:58	Tiempo	28 min.	Frecuencia	Lunes-Viernes
---------	---------------	--------	---------	------------	---------------

Función	Orientación	Origen	Propio	% Música	Cubana		Extranjera	
---------	--------------------	--------	--------	----------	--------	--	------------	--

Grupo	Variados	Forma	Charla Expositiva.
Categorización		Complejo	

Tema	Varios Generales	Especificación	
------	-------------------------	----------------	--

Intención hacia un destinatario	Familia
---------------------------------	----------------

Tiempos aproximados que se utilizan para:

Música		Información	26 min.
Dramatizaciones	2	Propaganda	

Fecha de inicio programa	06/ Septiembre/ 2010	Vivo	X	Grabado	
--------------------------	----------------------	------	---	---------	--

CATEGORIZACIÓN

Clasificación del soporte literario

R/60: - **Guión Complejo ... \$ 200.00**

R/68: – **Textos para Comparecencias semanales \$300.00 c/u**
3 Entrevistas semanales

R/69:

ESPECIALIDAD	% COMPLEJIDAD	Tiempo de Realización
Director	25	1,5 h
Locutor (2)	25	1,5 h
O.C.M.	25	1,05 h
Asesor	25	1,5 h

Objetivo Principal

Estimular el bienestar y el desarrollo social de la mujer y la familia a través del tratamiento de variados temas.

Descripción del Perfil

Programa a dos voces donde los locutores escenifican diariamente situaciones basadas en el tema central que se le presentan a la familia fuera y dentro del hogar. Ello sirve de introducción al programa. Incluye géneros periodísticos (entrevistas) en las distintas emisiones del espacio. Utiliza autopromociones,

propaganda y otros recursos del lenguaje radial. Este programa aborda todos los temas que pueden resultar de interés a la familia.

Se utilizarán 3 entrevistas a la semana que serán empleadas a selección del director según temática de interés.

Cuenta cada día con la comparecencia de un especialista, para esclarecer dudas o responder a las preguntas que los oyentes hacen a través de la vía telefónica, sobre los siguientes temas:

Lunes: Vivienda

 Bufete

 Neonatología

 Pediatria

NOTA: Estas especialidades se alternan durante las emisiones del mes.

Martes: Medicina Interna

Miércoles: Cocina

 Neumología

NOTA: Estas especialidades se alternan durante las emisiones del mes.

Jueves: Medicina natural

 Veterinaria

NOTA: Estas especialidades se alternan durante las emisiones del mes.

Viernes: Psicología

ANEXO 8

Dimensión	Acción	Responsable	Fecha de cumplimiento	Recursos
Sensibilización	1. Generar espacios de diálogos entre el colectivo, el subdirector de programación de la Emisora y especialistas de la Cátedra de la Mujer de la Universidad de Sancti Spíritus José Martí, (UNISS) y la Casa de la orientación a la mujer y las familias.	Jefa de la Cátedra de la Mujer de la UNISS.	Una vez al mes	Transportación , un aula o sala de conferencias, computadoras.
	2. Identificar dentro del colectivo quién o quiénes muestran interés sobre los temas de género para que lideren los procesos.	Especialista de la Casa de la orientación a la mujer y las familias.	Enero	Transportación , un aula o sala de conferencias, computadoras.
	3. Integrar al colectivo del programa y quienes aprueban la agenda del espacio a proyectos culturales y de salud, donde se transversalice la tema género.	Dirección del departamento Prosalud.	Durante todo el año	Transportación , un aula o sala de conferencias, computadoras.
	4. Generar contenidos multimediales sobre la temática género para circular entre el colectivo mediante las diferentes plataformas	Especialista de la Casa de la orientación a la mujer y las familias.	Una vez a la semana	Computadoras , acceso a internet, impresoras.

	(virtuales y presenciales)			
	5. Intervenir, desde la multidimensionalidad de la categoría género, para transversalizarla en cada uno de los espacios del medio de prensa; no sólo en aquellos encuentros oficiales como parte de las rutinas productivas, sino en los informales, donde también se reflejan las subjetividades de quienes trabajan en el órgano de prensa. Así podrá conformarse paulatinamente una cultura de género.	Jefa de la Cátedra de la Mujer de la UNISS.	Durante todo el año	Transportación , un aula o sala de conferencias, computadoras.
	6. Diseñar productos visuales o apropiarse de existentes con contenidos de la temática género para colocar en lugares estratégicos dentro de la institución.	Especialista en comunicación de la Emisora.	Durante todo el año	Presupuesto para diseñar e imprimir posters, volantes, vallas publicitarias.
Educación	1. Impartir talleres que de forma amena aborden conocimientos teóricos sobre la Teoría de Género y su imbricación con la Comunicación.	Especialistas en el departamento de Prosalud.	Enero a junio Julio a diciembre	Transportación , aula, computadora, TV, pizarras.
	2. Incentivar la presencia del colectivo en	Subdirector de programación	Durante todo el año	Transportación , teléfonos, cámaras

	eventos, talleres y cursos, donde se aborde el tema género. Así se puede visibilizar los temas del hecho, y servirá como superación a quienes asistan.	en Radio Sancti Spiritus.		fotográficas.
	3. Capacitar sobre cómo se pueden lograr redacciones sin sexismo y que no abusen del uso de los morfemas gramaticales /a/ y /o/ para el femenino y el masculino.	Especialista en Lingüística y Género.	Enero a marzo Abril a junio Julio a septiembre Octubre a diciembre	Transportación, aula, computadora, TV, pizarras.
	4. Visibilizar, desde la teoría y práctica, las expresiones de femineidades y masculinidades existentes en la sociedad.	Especialista del departamento de Prosalud.	Durante todo el año	Transportación, un aula o sala de conferencias, computadoras.
	5. Intencionar la participación de personas expertas en temas género en los procesos productivos para garantizar el asesoramiento necesario.	Subdirector de programación	Una vez al mes	Transportación, aula o sala de conferencias, computadoras.
Comunicación	1. Potenciar en el programa la diversidad de protagonistas e historias de mujeres y de cuerpos feminizados.	Directora y asesora del programa.	Durante todo el año	Transportación, acceso a internet.
	2. Visibilizar en los guiones las necesidades e inquietudes de las audiencias,	Directora y guionistas.	Durante todo el año	Computadoras y teléfonos con acceso a internet.

	problematizando sobre la desigualdad de género y sus consecuencias para el desarrollo social.			
	3. Gestionar los contenidos del programa desde la perspectiva de género.	Directora del programa.	Durante todo el año	Computadoras y teléfonos con acceso a internet.
	4. Proponer dramatizados que busquen develar la diversidad de lo que se entiende y expresa como feminidades y masculinidades, con una verdadera mirada integradora.	Directora del programa.	Durante todo el año	Computadoras y teléfonos con acceso a internet.
	5. Crear una base de datos de información que se actualice sistemáticamente y que esté al alcance de cada una de las personas que integran el colectivo, con bibliografía sobre la temática de género y ejemplos de productos comunicativos con esa perspectiva.	Realizador de sonidos.	Durante todo el año	Computadoras , acceso a internet.
	6. Utilizar los canales y vías de información para dar a conocer los cambios que se obtienen al gestionar el discurso radial de <i>En familia</i> desde la perspectiva de género.	Directora.	Durante todo el año	Computadoras y teléfonos con acceso a internet.
	7. Diseñar un	Webmaster	Durante todo	Computadoras

	espacio de comunicación directa con los públicos que incluya temas relacionados con el género. Esto se puede hacer mediante la página de Facebook del programa.	de la Emisora.	el año	y teléfonos con acceso a internet.
	8. Seleccionar a los especialistas del programa con competencias profesionales sobre el tema género.	Directora del programa.	Durante todo el año	Computadoras y teléfonos con acceso a internet.